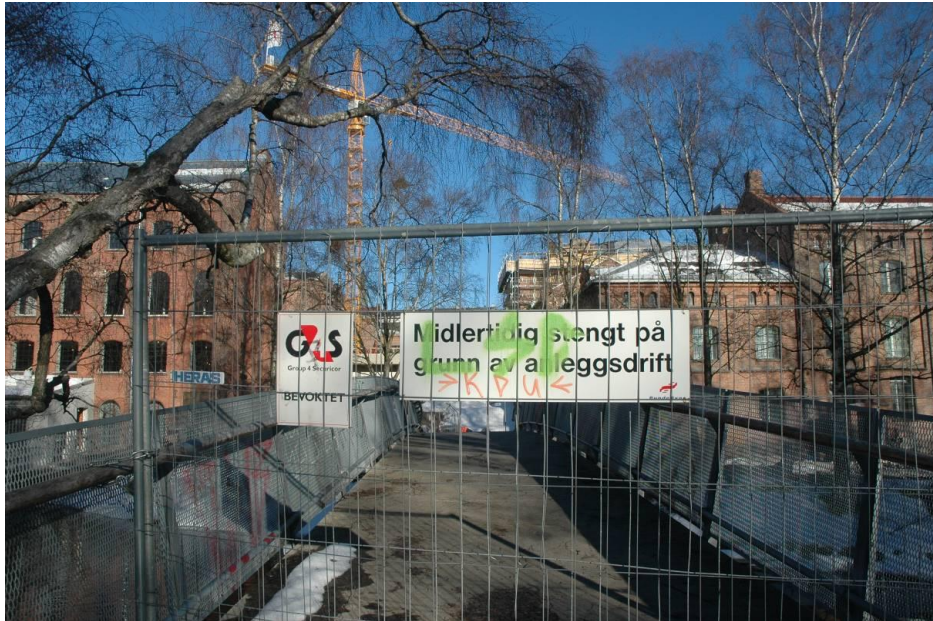


"Østkantens beste vestkant"

**En studie av eiendomsmeglere og -utvikleres involvering i påbegynt
gentrifiering på Grünerløkka**



Masteroppgave i Samfunnsgeografi

Av Ida Andreassen

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

Universitetet i Oslo,

November 2009

Forside:

Grünerløkka 2008, seilduksfabrikken omgjøres til boligkompleks.

Foto: Ida Andreassen

Forord

Da var masteroppgaven endelig klar til levering!

Mange flotte mennesker har hjulpet meg med å komme i mål. Disse skal ha en stor takk. Først og fremst informantene. Tusen takk for at dere tok dere tid til å møte meg for intervju! En kjempetakk til veileder Terje Wessel for oppmuntring, kritikk, og sjenerøs deling av bygeografiske perspektiver og tanker om alle-verdens tema vi har vært innom på Harriet Holters Hus. Takk til Osloforskning for stipend, og takk til fotograf Åsmund Lindal for utlån av bilder.

Tusen takk til mamma, pappa, søsken, besteforeldre, svigers-gjengen og gode venner for herlige oppgaveavbrekk på Blindern, ellers rundt omkring i Oslo, på Nesodden, i Stavanger, på Madla, i Oscarsgaten, på Hervik, på Naglestad, på Hidra, i Sortland og i Lillesand. En ekstra tuusen takk til mamma og pappa for korrekturlesning, språkvask og et kritisk blikk på det samfunnsgeografiske ”stammespråket”. Til Eystein-bror for data-kriiise-hjelp. Og til Ingunn for tilbakemeldinger på metodekapitlet.

Til slutt en superdupertakk til Rolv Christian for kjæresteri, engasjement, oppmuntring, kaffekoking og avkoblenende med-flanering. Ikke minst for lesning av og tilbakemelding på masteroppgaven i sin helhet.

Oslo 15.11.09

Ida Andreassen

Figur og bildeoversikt

Figur 1: Representasjon av Los Angeles. En konsptuell modell – side 23.

Figur 2: Devalueringssirkelen (verdiforringelse) i indre byområder – side 29.

Kart 1: Bydel Grünerløkka's administrative grenser og nærliggende bydeler – side 43.

Kart 2: Grünerløkka definert etter Oslo Byleksinkons (2000) avgrensning – side 43.

Bilde 1: Olaf Ryes Plass 6, 1981/1982 – side 46.

Bilde 2: Olaf Ryes Plass 6, 1981 – side 46.

Bilde 3: Olav Ryes Plass 6, 2009 – side 52.

Bilde 4: Olav Ryes Plass 6, 2009 – side 52.

Bilde 5: Toftesgate 61 på Grünerløkka, 1981/1982 – side 52.

Bilde 6: Toftesgate 61 på Grünerløkka, 2009 – side 52.

Bilde 7: Flere butikker holder søndagsåpent – side 53.

Bilde 8: Statsråd Kristin Halvorsen, blant andre, på handletur – side 53.

Bilde 9: Gjester i kø for å spise på Villa Paradiso, en pizzarestaurant ved Olaf Ryes Plass – side 53.

Bilde 10: Kaféliv ved Olav Ryes Plass – side 53.

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide- side 139

Vedlegg 2: Informasjonsskriv til informanter- side 141

Vedlegg 3: Supplerende analysemateriale- s. 142

Innhold

FIGUR OG BILDEOVERSIKT.....	4
INNHold.....	5
1. INNLEDNING.....	10
1.1 BAKGRUNN FOR UNDERSØKELSEN: GENTRIFISERING SOM IDEAL	10
1.2 EIENDOMSMEGLERE OG -UTVIKLERES ROLLE I BOLIGMARKEDET	14
1.3 PROBLEMSTILLINGER.....	17
1.4 OPPGAVENS DISPOSISJON	18
2. TEORETISKE PERSPEKTIVER: PRIVATE EIENDOMSAKTØRER OG GENTRIFISERING	20
2.1 “PRODUKSJON AV ROM” OG BYUTVIKLING.....	20
2.1.1 <i>Sted som representasjon</i>	22
2.2 TILNÆRMING TIL GENTRIFISERING.....	25
2.2.1 <i>Nye varianter- og definisjoner av gentrifying</i>	25
2.2.2 <i>Tilbudssidens rolle i gentrifying</i>	28
2.2.3 <i>Gentrifyingssyklusen</i>	31
2.3 GENTRIFISERING SOM BYPOLITISK VIRKEMIDDEL.....	34
2.4 GENTRIFISERING SOM SALGSARGUMENT OG BOLIGKONSEPT	35
2.4.1 <i>Føringer for en eksklusiv gentrifying i boligmarkedet</i>	37
2.5 OPPSUMMERING: ET NYTT FOKUS PÅ PRIVATE EIENDOMSAKTØRERS ROLLE I GENTRIFISERINGEN	40
3. KONTEKST: PÅBEGYNT GENTRIFISERING PÅ GRÜNERLØKKA	42
3.1 DEGRADERING, FORFALL OG STIGMA	44

3.2	OFFENTLIG BYFORNYELSE OG UTVELGELSE AV FORNYELSESOMRÅDER	47
3.3	GENTRIFISERINGSTENDENSER I OSLO INDRE ØST.....	48
3.4	DAGENS KONTEKST: ET UTGANGSPUNKT FOR ANALYSEN.....	50
4.	ANALYTISK UTGANGSPUNKT OG METODISKE TILNÆRMINGER	54
4.1	SOSIALKONSTRUKTIVISME	54
4.2	TRE FORTOLKNINGSNIVÅER	57
4.3	DATAMATERIALE OG ANALYSE	59
4.3.1	<i>Supplerende kilder: observasjon og dokumentanalyse.....</i>	<i>60</i>
4.4	DET KVALITATIVE FORSKNINGSINTERVJUET.....	61
4.4.1	<i>Rekruttering av intervjuobjekter.....</i>	<i>62</i>
4.4.2	<i>Vurdering av metningspunkt.....</i>	<i>63</i>
4.4.3	<i>Intervjusituasjonen</i>	<i>65</i>
4.5	ETISKE DILEMMA	66
4.6	VURDRINGSKRITERIER: TROVERDIGHET, BEKREFTBARHET OG OVERFØRBARHET.....	68
5.	STEDSUTVIKLING OG PROFITTMULIGHETER I GRÜNERLØKKAS BOLIGMARKED	70
5.1	PRESENTASJON AV INFORMANTENE	71
5.2	FASER I GRÜNERLØKKAS STEDSUTVIKLING.....	74
5.2.1	<i>Byfornyelse og påbegynt transformasjon.....</i>	<i>74</i>
5.2.2	<i>Et nytt stedsimage vokser frem</i>	<i>76</i>
5.2.3	<i>Grünerløkka “blir østkantens Frogner”.....</i>	<i>78</i>
5.3	VURDERING AV PROFITTMULIGHETER I DAGENS BOLIGMARKED.....	83
5.3.1	<i>“Grünerløkkas boligmarked er på topp og ferdig utviklet”</i>	<i>83</i>
5.3.2	<i>“Grünerløkkas boligmarked kan og skal videreutvikles”</i>	<i>86</i>

5.4	OPPSUMMERING OG AKTUALISERING AV PÅFØLGENDE ANALYSEKAPITLER	86
6.	UTNYTTELSE OG VIDEREUTVIKLING AV PÅBEGYNT GENTRIFISERING PÅ 1990-TALLET.....	89
6.1	UTNYTTELSE OG VIDEREUTVIKLING AV POTENSIELL GRUNNRENTEVERDI	89
6.2	GRÜNERLØKKA ”SNAKKES INN”	92
6.2.1	<i>Markedsføring av endringsprosesser.....</i>	<i>93</i>
6.2.2	<i>En historisk estetikk gis salgsverdi</i>	<i>94</i>
6.2.3	<i>Kultur og livsstil implementeres i salgsgargumenter</i>	<i>97</i>
6.3	OPPSUMMERING OG DISKUSJON: ET KUNSTERISK PRODUKSJONSMODUS?	99
7.	MARKEDSFØRINGS- OG UTBYGGINGSSTRATEGIER I BOLIGMARKEDET PÅ GRÜNERLØKKA PÅ 2000-TALLET	102
7.1	EIENDOMSMEGLERNES MARKEDSFØRINGSSTRATEGIER I BRUKTBOLIGMASSEN	103
7.1.1	<i>Grünerløkka for “alle”.....</i>	<i>104</i>
7.1.2	<i>Ny estetikk.....</i>	<i>106</i>
7.1.3	<i>Utvidelse- og spredning av endringsprosesser</i>	<i>109</i>
7.2	EIENDOMSUTVIKLERES VISJONER	111
7.3	MARKEDSFØRING OG UTBYGGING AV NYE BOLIGPROSJEKTER	115
7.3.1	<i>Grünerløkka som trekkplaster</i>	<i>116</i>
7.3.2	<i>Boligoaser: ” Beste/vestre østkant”</i>	<i>118</i>
7.3.3	<i>Eksklusive og livstilssbaserte boligkonsepter</i>	<i>120</i>
7.4	OPPSUMMERING OG DISKUSJON: EN FORSTERKET GENTRIFISERING?	122
8.	KONKLUSJON: SOSIALE PORTVOKTERE I GRÜNERLØKKAS BOLIGMARKED.....	124
8.1	GRÜNERLØKKA I DAG: ”ØSTKANTENS BESTE VESTKANT”	125

8.2	UTNYTTELSE OG VIDEREUTVIKLING AV PÅBEGYNT GENTRIFISERING	126
8.2.1	<i>Strategier på 1990-tallet</i>	127
8.2.2	<i>Strategier på 2000-tallet</i>	128
8.3	FUNNENES VERDI OG RELEVANS	131
KILDELISTE		135

Om 20 år tipper jeg at hele Indre Oslo vil være helt syl-strøkent. Du kommer ikke lengre til å finne dårlige områder sentralt.(...) Det er det samme som skjer i New York og London. Man tar bare gamle industriområder, og bare pumper dem fulle av boliger og kafeer og alt mulig, så blir det plutselig stuerent.

- Eiendomsmegler ved nytt meglerkontor på Grønland

Alt det som ligger innenfor og rundt ring to, altså Indre Oslo, kommer til å bli de rikes lekegrind.

- Eiendomsmegler som har operert i boligmarkedet i Indre Oslo siden 1990.

1. Innledning

Klassiske definisjoner av gentrifisering tar utgangspunkt i en situasjon hvor beboergrupper fra middelklassen og aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet fatter en ny interesse for indre byområder. Mer spesifikt innebærer denne typen stedsutvikling en fortrengning av opprinnelige beboere fra arbeiderklassen i indre by, fordi middelklassebeboere og investorer gradvis trer inn i boligmarkedet her. Nyere definisjoner vektlegger imidlertid at en slik stedsutvikling også etterstrebes blant offentlige og private aktører i byutviklingen. Flere aktører innen byplanlegging og byutvikling forsøker aktivt å igangsette og forsterke gentrifisering i indre byområder i dag. Det har også vist seg at private eiendomsaktører i boligmarkedet retter seg mot beboergrupper fra middelklassen og høyere sosiale sjikt i forbindelse med eiendomsformidling og eiendomsutvikling i indre by. Med andre ord har gentrifiseringen blitt integrert i private eiendomsaktørers kommersielle strategier i boligmarkedet.

Med utgangspunkt i en slik situasjonsbeskrivelse vil jeg i denne masteroppgaven undersøke hvorvidt private eiendomsaktører også kan sies å ha bygget opp under gentrifisering i Oslos boligmarked. For å tilnærme meg denne tematikken har jeg da rettet et fokus på eiendomsmeglere og -utviklere som har vært og er involvert i boligmarkedet på Grünerløkka. Jeg skal først undersøke hvorvidt disse er kjent med og orientert mot en påbegynt gentrifisering her. For det andre undersøker jeg om eiendomsaktørene har basert seg, eller baserer seg på virkemidler for å opprettholde eller forsterke en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka.

1.1 Bakgrunn for undersøkelsen: Gentrifisering som ideal

Ulike utviklingstrekk ligger til grunn for omtalen av Grünerløkka som et gentrifiseringsstrøk¹. Dette kommer jeg tilbake til i kontekstkapitlet. Kort oppsummert kan denne utviklingen forklares ut fra endringer i beboersammensetningen i etterkant av den

¹ Betegnelsen "gentrifiseringsstrøk" brukes om ulike steder som kjennetegnes ved påbegynt gentrifisering.

offentlige byfornyelsen på 1980-tallet. I forlengelse av en offentlig oppgradering av utemiljøet og boligmassen har det vist seg at særlig beboergrupper med lavere sosial status har flyttet ut av området (Wessel 1983, Brattbakk & Dyb 2001). Videre viser tallmateriale fra Oslo kommune² at beboergrupper på Grünerløkka kjennetegnes ved et stadig høyere utdanningsnivå i etterkant av byfornyelsen. Andelen med utdanning på universitet/høgskolenivå i aldersgruppen 30–39 år på Grünerløkka var i 1991 ca 12 % *lavere* enn byens gjennomsnitt. I 2001 lå samme andel 9 % *høyere* enn byens gjennomsnitt.

Parallelt med endringer i Grünerløkkas beboersammensetning viser det seg også endringer i omtalen av stedet. Grünerløkka ble i lang tid definert som en utpreget arbeiderklassebydel med et tilhørende stigma (Bull 1962, Kjeldstadli 1990). I kontrast til dette fremstilles nå Grünerløkka i media som en ”trendy” og ”moteriktig” bydel. Motebladet *Henne* omtaler for eksempel Grünerløkka på denne måten: ”Den tidligere arbeiderbydelen ble supertrendy for noen år siden. (...) For inspirasjon til en ny og annerledes stil er Grünerløkka stedet å dra”³. Videre omtaler også *Østkantavisa* Grünerløkka som ”østkantens catwalk”, og som et sted hvor man kan ”ta tempen på vårmoten”⁴.

Både næringsdrivende, konsumenter, politikere, offentlige myndigheter, private aktører og media kan sies å ha bygget opp under de overnevnte endringene i Grünerløkkas boligmarked og omdømme. Av denne grunn kan også endringsprosessene analyseres med fokus på ulike aktører og drivkrefter i by- og stedsutviklingen. I *denne* masteroppgaven vil jeg imidlertid undersøke spesielt om eiendomsmeglere og -utviklere har forsøkt å bygge opp under en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka.

Flere teoretikere, for eksempel Williams (1976) og Clay (1979), har tidligere påvist at private eiendomsaktører, blant annet aktører og institusjoner på tilbudssiden i boligmarkedet, har utøvet strategier for å bygge opp under en påbegynt gentrifisering.

² http://www.utviklings-og-kompetanseetaten.oslo.kommune.no/oslostatistikken/emnevis_statistikk/utdanning/ Nedlastet: 30.01.08

³ <http://www.henne.no/303637/trendy-gr%FCnerlokka> Nedlastet: 26.10.09

⁴ <http://ostkantavisa.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090509/TEMA/286854108> Nedlastet: 26.10.09

Williams (1976) fant for eksempel ut at noen eiendomsmeglere i Islington i London, forsøkte å tiltrekke nye investorer og middelklassebeboere ved å markedsføre gunstige investeringsmuligheter i området. Videre fant Clay (1979), på basis av registreringer fra de 30 største byene i USA, at offentlige og private aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet strategisk har bygget opp under en påbegynt gentrifisering. Dette ved eksempelvis rehabilitering av boligmassen i gentriferingsstrøk, markedsføring av endringsprosesser og ved konvertering av leieboliger til eieboliger.

De overnevnte studiene legger grunnlaget for videre undersøkelser av likhetstrekk for private eiendomsaktørers involvering i andre gentriferingsstrøk: Bygger også eiendomsaktører opp under en forsterket gentrifisering på Grünerløkka? For å tilnærme meg denne problemstillingen i masteroppgaven har jeg rettet et fokus på eiendomsmeglere og -utvikleres markedsførings- og utbyggingsstrategier. Med andre ord undersøker jeg om eiendomsaktørene har forsøkt å tilføre Grünerløkka et spesifikt omdømme eller en distinkt symbolverdi. Denne tilnærmingen er basert på teorier om stedet som en sosial konstruksjon. Dersom eiendomsaktørene har bygget opp under bilder av Grünerløkka som et ”passende” sted for beboergrupper med mer betalingsevne enn opprinnelige beboere, og med andre preferanser, kan det også tenkes at de har bygget opp under en påbegynt gentrifisering her.

En tilnærming til aktørers konstruksjon av stedsbilder aktualiseres for eksempel ved Lefebvre (1991) sine perspektiver på det sosialt konstruerte rommet eller rommets representasjoner (”representations of space”). I denne sammenheng fastslår han at kunnskaps- og makteliter med definisjonsmakt i samfunnet, for eksempel politikere, planleggere og aktører med fagekspertise, legger føringer på steders utvikling ved at de fastslår noen ideer om hvordan det sosiale livet skal og bør organiseres i byene. På den ene siden etablerer de noen diskurser om hvordan det sosiale livet i byene skal organiseres gjennom planlegging og kunnskapsutvikling. Videre tilfører de symbolske føringer i bylandskapet ved valg av visse utbyggingsstrategier og -konsepter. På denne måten mener Lefebvre (1991) at aktører med definisjonsmakt og innflytelse kan legge føringer på det sosiale livet og dermed på by- og stedsutviklingen.

Et lignende resonnement fremgår også av Hunt (2002) sitt perspektiv på medias rolle i by- og stedsutviklingen. Ved å tillegge steder et selektivt image eller omdømme mener han at media kan bygge opp under noen ”common sense” eller forenklede oppfattelser av steder

(også omtalt som stedsrepresentasjoner). Dersom enkeltaktører ”overbevises” av medias fremstillinger av steders mening og funksjon kan også dette virke inn på deres praksis og stedets videre utvikling. Hvis beboer- og brukergrupper oppfatter et sted som ”farlig”, basert på medias omtale av dette, kan de for eksempel unngå å oppholde seg her. I så måte kan også medias fremstilling av stedet påvirke stedets videre utvikling i negativ retning. Med dette fokuset på fremstillinger av steder blir det også aktuelt å undersøke eiendomsaktørers praksis i boligmarkedet. Bygger eiendomsaktørene opp under bestemte bilder av Grünerløkka? Er disse bildene rettet mot kjøpergrupper fra middelklassen og høyere sosiale sjikt?

Visjoner om å tiltrekke middelklassen og høyere sosiale sjikt til indre byområder, har særlig blitt knyttet til samarbeid mellom private og offentlige aktører i forbindelse med en entreprenørisk orientering i bypolitikken. Denne orienteringen kjennetegnes ved at offentlige myndigheter og private aktører samarbeider om å skape økonomisk vekst ved å bygge opp under attraktive stedsbilder i indre byområder (Harvey 1989). Indre byområder tilrettelegges og utvikles av hensyn til intensjoner om å tiltrekke investeringer og middelklassebeboere. Her inngår også gentrifisering som et ideal og som et salgsargument i markedsføringen av indre byområder. En igangsatt gentrifisering tenkes å kunne motveie bilder av indre byområder som arbeiderklasse- og industriområder. Videre tenkes gentrifiseringen å virke forlokkende på beboer- og konsumentgrupper fra middelklassen.

Bridge (2001), Young m.fl. (2006) og Davidson og Lees (2005) finner også at private eiendomsaktører, på egenhånd, bygger opp under gentrifisering indre byområder. Dette gjør de ved en strategisk fremstilling av steder og utbygging av nye boliger her. Bridge (2001) finner for eksempel at eiendomsmeglere har vektlagt en urban livsstil og en historisk estetikk, for å nå ut til kjøpergrupper fra middelklassen i gentrifiseringsstrøk i Sydney. Videre fastslår Davidson og Lees (2005) at nye boligkonsepter i London bærer preg av en strategisk innretning mot spesielt kjøpesterke segmenter innen middelklassen. Til slutt har også Young m.fl. (2006) funnet at eiendomsmeglere har markedsført en urban livsstil og identitet, i Manchester, for å tiltrekke beboergrupper fra middelklassen og høyere sosiale lag. Oppsummerende fastslår de at:

(...) private-sector place marketing, and the actors involved (estate agents, marketers, and property developers) play a significant role in shaping a particular class-based aesthetics as wants and desires among the new city-centre residents which in turn link to processes of cultural exclusion in the gentrifying city. Given the relative economic power of the private sector in gentrifying processes (i.e. compared with the resources available to the public sector for developing property and place marketing), their role in linking globalization, the form of urban reimagining, and the treatment of difference in the city deserves more consideration (Young m.fl. 2006: 1710).

Med dette som utgangspunkt blir det også relevant å undersøke hvorvidt eiendomsmeglere og -utviklere har forsøkt eller forsøker å opprettholde en påbegynt gentrifisering i Grünerløkkas boligmarked. Young m.fl. (2006) forfekter også et fokus på eiendomsaktørers praksis i boligmarkedet i indre byområder fordi de mener at private eiendomsaktører utøver en ”symbolsk vold” ved de overnevnte praksisene. Prisnivå, markedsføring og boligkonsepter innrettes mot beboer- brukergrupper fra middelklassen. På samme tid avskrives andre beboer- og brukergruppers tilhørighet i indre byområder. I denne sammenheng kan visse beboergrupper også oppleve en kulturell eller symbolsk fortrenging ved at de oppfatter å ikke ”passe inn” her. Dette kommer jeg tilbake til i neste kapittel. Først vil jeg omtale eiendomsmeglere og -utviklere sin rolle i boligmarkedet mer generelt. Videre vil jeg fremheve noen variasjoner mellom eiendomsmeglere og -utviklere før jeg presenterer problemstillingene og en leseveiledning.

1.2 Eiendomsmeglere og -utvikleres rolle i boligmarkedet

Eiendomsmeglere og -utviklere⁵ inngår i en større gruppe av aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet (disse omtales også som ”tilbudssiden” i denne masteroppgaven). I tillegg til eiendomsutviklere og eiendomsmeglere, inngår for eksempel investorer, låneinstitusjoner, jurister innen eiendomsforretning, huseiere og offentlige institusjoner i denne gruppen (Knox og Pinch 2006). Felles for alle disse er at de er involvert i formidling og utvikling av eiendom og boliger til aktører på konsumentensiden i eiendomsmarkedet (også omtalt som ”etterspørselssiden” i denne masteroppgaven). I denne sammenheng kan de påvirke ulike kjøpergruppers muligheter i boligmarkedet (Knox og Pinch 2006). Dette

⁵ Betegnelsen ”eiendomsutviklere” brukes som en fellesbetegnelse på personer som har vært involvert i flere faser av utviklingen av nye boligprosjekter. Disse har variert yrkesbakgrunn, både som meglere, økonomer og ingeniører.

omhandler for eksempel at de kan regulere hvem som får lån, hvilke områder som utbedres med offentlige tilskudd, og hvorvidt prisene på leieboliger skal økes. Knox og Pinch (2006) presiserer imidlertid at aktører på tilbudssiden også innehar en betydelig makt til å kunne påvirke konsumenters ”oppfattelse av muligheter” i boligmarkedet. Dette omhandler for eksempel at de kan påvirke beboeres oppfattelse av å ”passe inn” på et sted eller i et boligprosjekt. Begge disse fremstøtene legger i så måte grunnlag for Knox og Pinchs (2006: 134) omtale av aktører på tilbudssiden i eiendomsaktører som mektige aktører, og sosiale portvoktere (”social gatekeepers”) i boligmarkedet.

Det er imidlertid nødvendig å avklare noen variasjoner i eiendomsmeglere og -utvikleres handlingsmuligheter i denne sammenheng. Som allerede omtalt har for eksempel Bridge (2001) og Young m.fl. (2006) vist at eiendomsmeglere som opererer i bruktboligmassen har innrettet boligformidlingen mot selekterte målgrupper. Disse må imidlertid forholde seg til den eksisterende boligens størrelse, kvalitet og beliggenhet. Videre må de tilpasse seg en nært tilstedeværende oppdragsgiver, og hans/ hennes ønsker med hensyn til markedsføring av salgsboligen. Dette omtales for eksempel som en begrensning av eiendomsmeglere som har blitt intervjuet i Bridge (2001) sin studie fra gentrifiseringsstrøk i Sydney. På den ene siden måtte de ta hensyn til selgers smak og stilmessige uttrykk. På den andre siden ønsket de å fremheve potensialer for rehabilitering av salgsboligen.

Eiendomsutviklere slipper unna slike dilemma og begrensninger da disse gjerne kan sies å ha ”markedet som oppdragsgiver”. I denne sammenheng fastslår også Isdahl m.fl. (2004) at eiendomsutviklere som opererer i Oslos boligmarked har blitt mer innrettet mot å utvikle nyskapende og moteriktige markedskonsepter i dagens boligmarked. Dette er basert på intervjuer med ni utbyggere:

Man får inntrykk av at utbyggerne vier selve salgssituasjonen større oppmerksomhet og flere penger enn tidligere, at det først og fremst gjelder å treffe riktig markedssegment på det aktuelle stedet og det aktuelle tidspunktet. Konsepter og image framtrer som sårbare og labile. For en tjueårs tid siden var utbyggerne nærmest automatisk sikret kjøpere på de fleste prosjekter. I Boligsamvirket opererte man med ”trekkemøter” der de heldige ble tildelt bolig etter en blanding av medlemsansiennitet og lotterimetoder. Nå betrakter utbyggerne åpenbart kjøperne som svikefulle. De kan fort gå til en konkurrent (Isdahl mfl, 2004: 9).

Som en konsekvens av en økt konkurranse om kjøpere har eiendomsutviklere i større grad vektlagt nisjepregede boligprosjekter som er innrettet mot toppen to kjøpersegmenter i sentrale områder, ifølge Isdahl m.fl. (2004). Boligkonseptene er ment å være mest mulig ”treffsikre” med hensyn til utvalgte målgrupper. Ettersom eiendomsutviklere utvikler boligkonsepter fra og med kjøpet av eiendom og frem til salget av boliger er det også forventet at disse tydelig vil kunne spisse prosjekter mot visse beboergrupper. Som oppsummering kan det sies at eiendomsutviklere både har mulighet, vilje og evne til å utvikle boligprosjekter som er innrettet mot utvalgte kjøpersegmenter.

Private eiendomsutvikleres visjoner begrenses også av offentlige reguleringer. Dette fremheves av samtlige intervjuobjekter i eiendomsutvikler- kategorien i denne masteroppgaven. Private eiendomsutviklere har imidlertid har fått *mer* spillerom i dagens byutvikling, i følge Bowitz og Høegh (2005). Før midten av 1980-tallet var det stort sett kommunen som utarbeidet reguleringsplanene i Oslo. I løpet av 1980-tallet ble imidlertid styringsformene slik at kommunen i større grad fungerer som en tilrettelegger i forbindelse med bolig- og byutvikling. Offentlige myndigheter inngår i større grad i *samarbeid* med private eiendomsutviklere.

Videre kan det også nevnes at Oslo kommune har tilrettelagt for gentrifisering i nye tid. Kommunens har, i følge Sæter og Ruud (2005:224), rette et økt fokus på estetisering av byområder i indre by fra og med 1990- tallet.”I denne perioden var nok ikke tanken om gentrifisering lansert, men allerede på den tiden ble det brukt argumenter som viste at man ønsket at østkanten skulle bli mer attraktiv for nye grupper, for å stoppe det man oppfattet som gettodannelser”. I nyere tid har også kommunen uttalt mer konkrete ønsker om å rekruttere mer ressurssterke beboere, med hensyn til utdanning og inntekt, til områder i indre øst. ”Her er det først og fremst nye grupper, med høy økonomisk, men også kulturell kapital, som inviteres inn” (Sæther & Ruud 2005:229). Med dette i bakhodet kan det også tenkes at privat eiendomsutviklere møtes med velvilje i forbindelse med boligprosjekter som innrettes mot kjøpergrupper fra middelklassen eller høyere sosiale lag.

Når det gjelder eiendomsめglere som er involvert i utbyggingsprosjekter utmerker disse seg med et større handlingsrom i boligmarkedet enn eiendomsutviklere i bruktboligmassen. Isdahl mfl. (2004:6) fastslår for eksempel dette: ”Megleres opplysninger og oppfatninger veier tungt når strategiske valg skal treffes, - fra eiendomskonsept og kjøp - til konsept og

prosjektutvikling - og selvfølgelig salgsstrategi”. Lignende tendenser fremgår i mitt datamateriale. Eiendomsmegler Gyrild, som er involvert i et boligprosjekt, uttaler for eksempel at ”Det er min jobb å analysere hvordan stedet er, hvem er det som bor her, hvem er det som kommer til å kjøpe, *det* er det jeg som skal bringe på bordet”. På grunnlag av dette omtales også eiendomsmeglere i boligprosjekter som en type eiendomsutviklere, i denne masteroppgaven. Når jeg omtaler begge gruppene, bruker jeg samlebetegnelsen ”eiendomsaktørene”.

1.3 Problemstillinger

For å tilnærme meg eiendomsaktørenes involvering i en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka vil jeg først analysere eiendomsaktørenes fortolkning av endringsprosesser i Grünerløkkas stedsutvikling over tid. Dette for å undersøke hvorvidt de er kjent med en påbegynt gentrifisering her. Videre vil jeg undersøke om de søker å opprettholde eller forsterke gentrifiseringen, ved å analysere deres uttrykte markedsførings- og utbyggingsstrategier. Ut fra dette undersøker jeg spesielt om de har forsøkt, eller forsøker å opprettholde eller forsterke en påbegynte gentrifisering her. Med andre ord tar jeg sikte på å besvare følgende hovedproblemstillinger, for å diskutere eiendomsaktørenes involvering i en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka:

- 1. Hvordan fortolker eiendomsmeglere og -utviklere en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka?**
- 2. Har eiendomsmeglere og -utviklere forsøkt å opprettholde eller forsterke gentrifiseringen ved valg av visse markedsførings- og utbyggingsstrategier?**

I kapittel 5 analyserer jeg eiendomsaktørenes fortolkninger av Grünerløkkas stedsutvikling. Dette ved gjør jeg ved å kartlegge og analysere deres fortellinger om endringsprosesser i Grünerløkkas boligmarked. På denne måten vil jeg undersøke hvordan de beskriver stedsutviklingen over tid. Videre vil jeg, ut fra dette, analysere hvorvidt de er kjent med en påbegynt gentrifisering i Grünerløkkas boligmarked. Videre undersøker jeg om de beskriver distinkte profittpotensialer i denne typen stedsutvikling.

I analysekapitlene 6 og 7 har jeg, i tråd med den andre problemstillingen, rettet et fokus på eiendomsaktørenes markedsførings- og utbyggingsstrategier i Grünerløkkas boligmarked. For det første retter jeg et fokus på strategiene de forteller om, i forbindelse med eiendomsutvikling og -formidling på 1990- tallet. Deretter diskuterer jeg deres markedsførings- og utbyggingsstrategier på 2000-tallet. På samme måte som i det første analysekapitlet er intensjonen først å oppnå en forståelse av eiendomsaktørenes perspektiver og deres praksis i eiendomsmarkedet. I disse to kapitlene er det imidlertid også en intensjon å undersøke om eiendomsaktørene kan sies å ha bygget opp under en påbegynt gentrifiering gentrifieringen, ved valg av visse markedsførings- og utbyggingsstrategier. Med andre ord undersøker jeg om de har utøvd strategier for å ”overbevise” nye kjøpergrupper om å flytte hit.

1.4 Oppgavens disposisjon

I de påfølgende kapitlene i oppgaven vil jeg gjøre nærmere rede for det teoretiske rammeverket i studien, noen trekk ved Grünerløkkas stedsutvikling, det metodiske utgangspunktet og erfaringer fra datainnsamlingen, hvoretter analysen fremlegges. For å bedre lesevennligheten gis det først en oversikt over kapitlene:

I kapittel 2 vil jeg utdype de teoretiske perspektivene som ligger til grunn for problemstillingene og analysen i denne masteroppgaven. Først vil jeg redegjøre for den grunnleggende forståelsen av drivkrefter i by- og stedsutviklingen. Videre vil jeg avklare aktuelle definisjoner av- og tilnærminger til gentrifiering, samt mitt fokus på eiendomsaktørers rolle i gentrifieringen. Til slutt gjør jeg rede for noen markedsførings- og utbyggingsstrategier som kan sies å bygge opp under gentrifiering.

I kapittel 3 vil jeg avklare den analytiske og metodiske tilnærmingen til eiendomsaktørenes involvering i boligmarkedet på Grünerløkka. Først gjør jeg rede for et sosialkonstruktivistisk perspektiv på kunnskap og vitenskap, og tre fortolkningsnivå, som legges til grunn for analysen. Videre redegjør jeg for datamaterialet som ligger til grunn for analysen. Deretter utdyper jeg erfaringer fra bruken av det kvalitative forskningsintervjuet. Til slutt diskuterer jeg etiske dilemma som har oppstått underveis i datainnsamlingen og vurderingskriterier som kan legges til grunn for å vurdere analysens kvalitet.

I Kapittel 4 redegjør jeg for historiske utviklingstrekk som legges til grunn for min oppfattelse av Grünerløkka som et ”gentrifieringsstrøk”.

Kapittel 5 er det første analysekapitlet i oppgaven. Her presenterer jeg informantene som har blitt intervjuet. Videre vil jeg redegjøre for sentrale trekk ved informantenes fortellinger om Grünerløkkas stedsutvikling. På grunnlag av dette analyserer jeg om eiendomsaktørene er kjent med en påbegynt gentrifiering på Grünerløkka. Videre undersøker jeg om de oppfatter profittpotensialer i denne typen stedsutvikling.

Kapittel 6 omhandler *gamle traverses* markedsførings- og utbyggingsstrategier i boligmarkedet på Grünerløkka på 1990-tallet. Betegnelsen *gamle traverse* viser til eiendomsmeglere og -utviklere som har vært involvert i Grünerløkkas boligmarked før år 2000. Ved en analyse av deres omtale av strategier undersøker jeg om intervjuobjektene uttrykker å ha bygget opp under en påbegynt gentrifiering på 1990- tallet.

Kapittel 7 omhandler *nykommeres* markedsførings- og utbyggingsstrategier i dagens boligmarked. Betegnelsen *nykommere* viser til eiendomsmeglere og -utviklere som har relevant erfaring fra boligmarkedet på Grünerløkkas boligmarked siden år 2000. Ved en analyse av deres strategier undersøker jeg om disse eiendomsaktørene kan sies å ha bygget opp under en forsterket gentrifiering på 2000- tallet.

I kapittel 8 oppsummerer jeg funnene i masteroppgaven. Videre diskuterer jeg funnenes relevans, læringsverdi og nye problemstillinger som går frem av analysen.

2. Teoretiske perspektiver: Private eiendomsaktører og gentrifisering

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for teorier om drivkrefter i by- og stedsutviklingen som ligger til grunn for forskningsspørsmålene og analysen i denne masteroppgaven. Videre vil jeg avklare min innfallsvinkel til eiendomsaktørers involvering i gentrifiseringsstrøk. For det første gjør jeg rede for en grunnleggende forståelse av drivkrefter i by- og stedsutviklingen, ved Henri Lefebvre (1991) sin teori om ”produksjon av rom”. Teorier om årsaker til gentrifisering har i stor grad blitt knyttet til en diskusjon om hvorvidt aktører på tilbudssiden eller etterspørselsiden har utløst denne typen stedsutvikling. I denne masteroppgaven anerkjenner jeg at både konsumenter og aktører på tilbudssiden i boligmarkedet kan utløse gentrifisering. Samtidig tenkes det imidlertid at private eiendomsaktører kan opprettholde og forsterke en påbegynt gentrifisering i indre byområder. Som allerede fastslått i innledningen kan private eiendomsaktører ha en innflytelsesrik rolle som sosiale portvoktere (”social gatekeepers” jmf Knox & Pinch 2006: 134) i boligmarkedet. De kan både påvirke konsumenters muligheter og ”oppfattelse av muligheter” i boligmarkedet. Ut fra dette blir det relevant å undersøke hvorvidt private eiendomsaktører også har etterstrebet å bygge opp under en påbegynt gentrifisering ved et fokus på deres markedsførings- og utbyggingsstrategier i boligmarkedet.

2.1 “Produksjon av rom” og byutvikling

Teorier om gentrifisering har i stor grad blitt knyttet til spørsmål om gentrifiseringen er et resultat av etterspørselssidens ønske og valg om å bo i indre by, eller tilbudssidens investeringer i bylandskapet (Hamnett 1991). Neil Smith og David Ley er i denne sammenheng blitt ansett som forkjempere for, henholdsvis, et ”produsentperspektiv” og et ”konsumentperspektiv” på årsaker til gentrifiseringen. Med andre ord er de uenige i spørsmål om hvorvidt det er aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet og mer generelt kapitalistiske føringer i byutviklingen, eller konsumenter, som ”produserer rommet” og skaper gentrifisering. I nyere tid er det imidlertid blitt anerkjent at både aktører på tilbudssiden og på etterspørselssiden i eiendomsmarkedet bidrar til gentrifisering (Lees m.fl. 2008). I dette ligger en mer kompleks forståelse av drivkrefter i by og stedsutviklingen som

for eksempel Henri Lefebvre (1991) skisserer i sine perspektiver. Lefebvre (1991) bygger for det første på en marxistisk teori om kapitalakkumulasjon. Investorer tenkes også ut fra Lefebvres (1991) perspektiver å operere ut fra relativt enkle profittmotiver i by- og stedsutviklingen. Han modifiserer imidlertid marxistisk teori ved å tilføre en kompleks romlig dimensjon. Denne dimensjonen tilsier at trekk ved det sosiale rommet også virker tilbake på produksjonsforholdene og det tilhørende politiske systemet. Mer spesifikt oppsummerer Lefebvre (1991: 33 og 38–39) en mer sammensatt by- og stedsutvikling ved en redegjørelse for tre overordnede drivkrefter i by- og stedsutviklingen.

- *Romlig praksis* ("social practice") viser til enkeltindividers mer eller mindre samstemte, rutinemessige praksis i byrommet. Mer spesifikt omhandler dette enkeltindividers tilpassning til sosialt konstruerte strukturer i bylandskapet. Den sosiale praksisen som kjennetegner ulike samfunn kyttes til dominerende ideer om samfunnsorganisering på et gitt tidspunkt. Lefebvre (1991:38) eksemplifiserer dette ved rådende ideer om det "moderne" samfunnet og en tilhørende sosial praksis: "the daily life of a tenant in a government-subsidized high-rise housing project".
- *Rommets representasjoner* ("representations of space") viser til kunnskaps- og makteliters ideer og visjoner om samfunnsorganisering. Disse produserer ideer om hvordan samfunnet og byer skal organiseres. Kunnskaps- og makteliten består for eksempel av politikere, byplanleggere, aktører med faglig ekspertise og innflytelse, offentlige myndigheter og kommersielle aktører i byutviklingen. Disse definerer og fastslår ideer om hvordan det sosiale livet bør og skal organiseres. Videre legger de føringer på den fysiske og symbolske utformingen av bylandskapet. Ved slike praksiser skapes noen romlige uttrykk eller representasjoner som legger føringer på by- og stedsutviklingen i følge Lefebvre (1991).
- *Representasjonenes rom* ("representational spaces") viser til enkeltindividers mer spontane praksis i bymiljøet. Kunnskaps- og makteliter kan sies å kontrollere enkeltindividers praksis i bymiljøet ved å fastslå og realisere visse ideer om sosial organisering i by- og stedsutviklingen. Lefebvre vektlegger imidlertid at by- og stedsutviklingen også er et produkt av enkeltindividers subjektive eller intuitive

praksis i rommet. Enkeltindividers praksis kan også omdanne bylandskapet og oppfattelsen av steder. De kan både tilpasse seg de etablerte strukturene i et samfunn og/ eller motarbeide- og endre disse ved sin praksis.

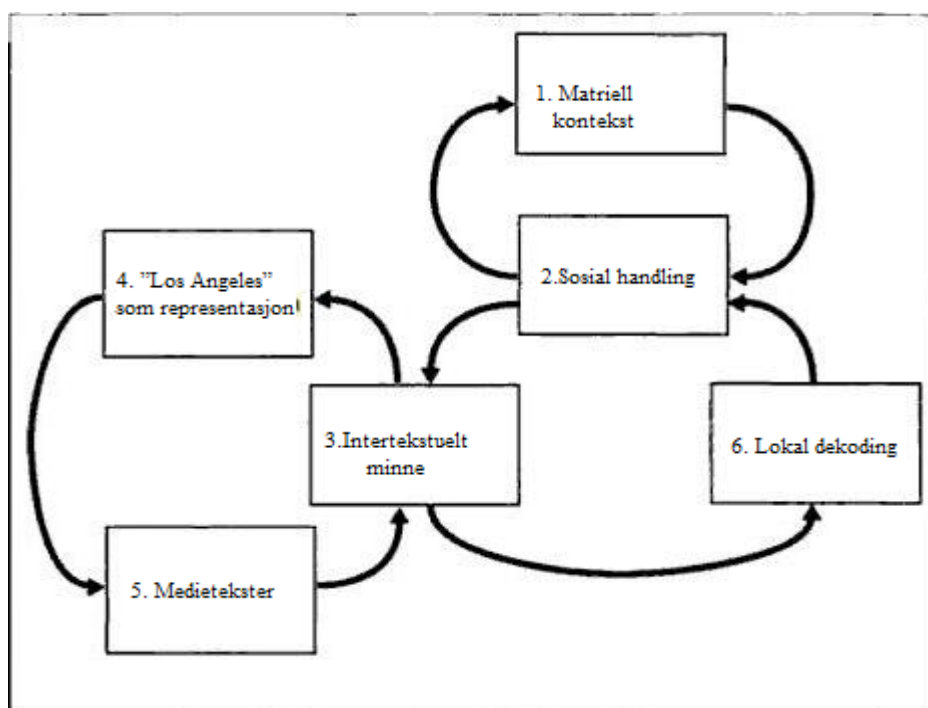
Begrepstriaden skisserer en vekselvirkning mellom ulike aktørers oppfattelse, bruk og definisjon av steder. Kunnskaps- og makteliter, som legger føringer på det sosiale livet, påvirkes også av enkeltaktørers praksis (representasjonenes rom). Lefebvre (1991) presiserer imidlertid at personer innen etablerte og anerkjente profesjoner, eller personer som besitter mektige posisjoner i samfunnet, har mulighet til å legge føringer på det sosiale livet i byene, og på by- og stedsutviklingen. Dette gjør de både ved å utvikle planer og retningslinjer for byutviklingen og ved konkret eiendomsutvikling og utbygging. På denne måten kan de også påvirke hvordan steder oppfattes. Rob Shields (1999) omtaler denne drivkraften i den sosiale produksjonen av rommet som kunnskaps- og maktelitters ”diskurser om steder”. Ved å definere visse ideer om byens organisering kan disse aktørene også bidra til å *forme* det sosiale rommet. Med andre ord omhandler dette hvordan aktører med definisjonsmakt bygger opp under visse ideer om hvordan livet i byene skal organiseres og ”leves”.

Simonsen (1993) understreker at Lefebvre ikke gir uttrykk for at steder enkelt kan tillegges en symbolsk mening av kunnskaps- og makteliter. Lefebvre (I: Simonsen 1993) fremhever imidlertid at rommet kontinuerlig *produseres* av ulike sosiale aktører og at ulike aktører mer eller mindre bevisst tillegger steder en mening og funksjon på denne måten. Lefebvre (1991: 36–37) trekker også direkte implikasjoner av dette, med hensyn til studier av by- og stedsutviklingen: ”The ‘object’ of interest must be expected to shift from ”things in space” to the actual ”production of space” (...).” Lefebvre (1991:44) oppfordrer også til studier av ”rommets representasjoner” fordi han mener at kunnskaps- og makteliter kan legge ideologiske føringer på livet i byene ved å definere og realisere ideer om hvordan det sosiale livet skal leves og organiseres: ”Ideology *per se* might well be said to consist primarily in a discourse upon social space”.

2.1.1 Sted som representasjon

Darnell M. Hunt (2002) har også skissert sammenhengen mellom dominerende aktørers sosiale konstruksjon av diskurser om steder og steders utvikling. I likhet med Lefebvre (1991) mener han at enkeltaktørers oppfattelse- og bruk av steder også påvirker steders

utvikling. Mer spesifikt fastslår han imidlertid at innflytelsesrike aktører i samfunnet også kan bygge opp under *kollektive stedsrepresentasjoner* ved at de omtaler og fremstiller steder på bestemte måter. En kollektiv stedsrepresentasjon defineres i denne sammenheng som "(...) a commonsense, public understanding and explanation for the physical space, social relationships and economic exchanges associated with the place in question" (Hunt 2002: 323). Med andre ord viser han til "allmenne" oppfattelser av steder. Mer konkret skisserer også Hunt (2002) en forenklet modell som viser ulike medier kan bygge opp under forenklete oppfattelser av steder og påfølgende endringer i stedets materielle og sosiale kontekst. I denne sammenheng bruker han Los Angeles som eksempel. Ved å illustrere forbindelser mellom menneskers sosiale praksis på et sted og ulike mediers fremstilling av steder viser han hvordan LA til slutt kan sies å være et sted hvor realiteten er avhengig av de meningsdannende aktivitetene til sosiale aktører der og andre steder:



Figur 1: Representasjon av Los Angeles. En konseptuell modell.
Kilde: Darnell M. Hunt (2002:328)

En vekselvirkning mellom den materielle konteksten (1) og enkeltindividers handlinger (2) skisseres som det vesentligste leddet i forhandlingen om hvordan et sted oppfattes og brukes. Enkeltaktørers oppfattelse av et sted påvirkes av den materielle konteksten på et sted. Med andre ord påvirkes enkeltaktører av økologiske og økonomiske trekk ved et sted,

ifølge Hunt (2002). Her inngår for eksempel stedets befolkningstetthet, trekk ved arbeidsmarkedet, transportsystemer og arkitektur. Enkeltaktører kan også endre materielle trekk ved stedet. Som nevnt i innledningen kan de for eksempel unngå oppholde seg her. På denne måten kan de igangsette eller forsterke degradering, fraflytting og økonomisk nedgang. I så måte kan det også sies at enkeltaktører, f.eks. beboere og brukere, også kan ha en innflytelse på stedets materielle kontekst. Denne prosessen forløper kontinuerlig, ifølge Hunt (2002).

Flere faktorer virker imidlertid inn på enkeltaktørers oppfattelse av steder. For det første preges enkeltaktører av at de inngår i visse meningsfellesskap. Intertekstuell minne (3) viser til enkeltindividers og gruppers kulturelt betingede oppfattelse av et sted. Beboere og utenforstående vil for eksempel ha ulike erfaringer med og oppfatninger av et sted. Av denne grunn vil de fortolke fremstillinger av et sted ulikt. Hunt (2002) fremhever imidlertid at personlige og kulturelt betingede vurderinger av steds mening og funksjon vil være påvirket av noen dominerende diskurser om steder. Hunt (2002) betegner dette som "Los Angeles-as-representation"(4). Med dette viser han til "allmenne" og "common-sense" oppfatninger av et sted, altså kollektive stedsrepresentasjoner. Slike oppfatninger av steder eller diskurser om steder endres kontinuerlig. De fremgår imidlertid som hegemoniske på ulike tidspunkt ved at de forankres i den hverdagslige omtalen av steder.

Hunt (2002) fremhever at slike dominerende oppfatninger av steder i stor grad fanges opp, reproduseres og formidles gjennom medietekster (5). Slik får medier en betydelig definisjonsmakt i samfunnet ved at de også kan bygge opp under nye kollektive stedsrepresentasjoner, altså nye allmenne oppfatninger av steder. Med media sikter da Hunt til ulike aktører som har til felles at de strategisk formidler visse stedsbilder: "Broadly defined media text describes any construction of image, written word and/or sound composed to convey certain discourses" (Hunt 2002: 334). Enkeltindivider foretar også en subjektiv vurdering eller en dekoding (6) av ulike mediers fremstilling av steder. Det går imidlertid frem av Hunts (2002) modell at medier kan ha en betydningsfull innflytelse på enkeltaktørers oppfattelse og bruk av steder, og på eventuelle endringer i den materielle konteksten. Mer eksplisitt fremgår dette av forbindelsen mellom medias fremstillinger av stedet og kollektive stedsrepresentasjoner (punkt 4 og 5), enkeltindivider- og aktørgruppers oppfattelse av stedet (punkt 3 og 6), og deres handlinger i relasjon til stedet (punkt 1 og 2). Med dette utgangspunktet aktualiseres et fokus på ulike aktørers definisjon og fremstilling

av steder i studier av by- og stedsutviklingen. Som allerede avklart i innledningen er dette et fokus som også vektlegges i denne masteroppgaven. Intensjonen er nettopp å undersøke om eiendomsmeglere og -utviklere forsøker å bygge opp under visse bilder av Grünerløkka i forbindelse med utbygging og markedsføring av boliger. Hunts (2002) modell tilsier at en slik praksis også kan virke inn på den materielle konteksten, altså på Grünerløkkas boligmarked og stedsutvikling. Ut fra dette undersøker jeg om eiendomsaktørene kan sies å bygge opp under gentrifying på Grünerløkka.

2.2 Tilnærming til gentrifying

Grunnen til at jeg tilnærmer meg private eiendomsaktørers involvering i gentrifying er at disse i økende grad har vist seg å utnytte en påbegynt gentrifying i indre byområder i kommersielle strategier i boligmarkedet. Som allerede påpekt ved Young m.fl. (2006) benytter private eiendomsaktører strategier for å konstruere bilder av indre byområder som velegnede nye boligområder for middelklassen og høyere sosiale lag. Dette fokuset uttrykkes nærmere i den *neste* delen av teorikapitlet. Først vil jeg imidlertid definere hva som kjennetegner dagens gentrifying. Videre vil jeg redegjøre for ulike perspektiver på private eiendomsaktørers rolle i gentrifyingen. Til slutt vil jeg skissere David Ley (1996) sin syklusmodell ettersom gradvise endringer i klassiske gentrifyingstrøk tenkes å ha utløst private eiendomsaktørers interesse for gentrifying i utgangspunktet.

2.2.1 Nye varianter- og definisjoner av gentrifying

Ruth Glass (1964: xviii–xix) var den første som observerte og beskrev gentrifying som en ny type stedsutvikling i indre byområder. Beskrivelsene hennes er basert på endringsprosesser i boligmarkedet i indre by i London på 1960-tallet. Her skisserer hun en situasjon hvor middelklassens innflytting bidrar til en gradvis oppjustering av bygningsmassen. Videre fremhevet hun en tydelig prisøkning og fortrengning av opprinnelige arbeiderklassebeboere som følger av dette:

One by one, many of the working class quarters of London have been invaded by the middle classes- upper and lower. Shabby, modest mews

and cottages- two rooms- two rooms up and two down- have been taken over, when their leases have expired and have become elegant, expensive residences. (...) Once this process of "gentrification" starts in a district, it goes on rapidly until all or most of the original working class occupiers are displaced, and the whole social character of the district is changed (Ruth Glass 1964: xviii–xix)

Hamnett (1991:175) fremhever et lignende forløp i gentrifiseringen. Mer eksplisitt enn Glass (1964) spesifiserer han både sosiale, fysiske, kulturelle og økonomiske endringer som følger av en påbegynt gentrifisering. For det første innebærer gentrifiseringen at beboergrupper fra middelklassen (omtalt som "gentrifiers" og oversatt til gentrifiserere i denne oppgaven) fortrenger opprinnelige arbeiderklassebeboere fra tradisjonelle arbeiderstrøk i indre byområder. Videre oppgraderes bygningsmassen for å imøtekomme gentrifisereres preferanser og krav. Som en følge av boligrenovasjon og pågående innflytting av nye middelklassebeboere stiger prisnivået på boligene generelt. Til slutt omtaler han systematisk omgjøring av leieboliger til eieboliger, som en følge av dette. Det kan sies at gentrifiseringsstrøket gradvis innrettes mot middelklasens betalingsevne og preferanser.

I senere tid har det imidlertid vokst frem nyere varianter av gentrifisering og som følge av det, nyere definisjoner. Dette har gjort at Glass (1964) og Hamnett (1991) sine observasjoner og beskrivelser har blitt vurdert og karakterisert som definisjoner av en "klassisk gentrifisering" (Lees m.fl. 2008: 10). Nyere varianter av gentrifisering forklares for det første ut fra en økt etterspørsel etter boliger i indre by. Lees (2000) omtaler for eksempel fremveksten av mer eksklusive varianter av gentrifisering, for eksempel supergentrifisering ("supergentrification") i finanssentre som London og New York i forlengelse av dette. Toppsjiktene innen den nye serviceøkonomien etterspør i økende grad beboelse i indre byområder. Gentrifiseringsstrøkenes estetiske, symbolske og kulturelle trekk har i økende grad blitt en etterspurt "vare" i boligmarkedet.

Samtidig drives gentrifiseringen i økende grad frem av aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet. Hackworth og Smith (2001) mener at det har vokst frem en tredje bølge av gentrifisering ("third wave gentrification") i nyere tid. Dette skisserer de med eksempler fra New York. Den første bølgen av gentrifisering ("first wave gentrification") var preget av mer sporadiske tendenser til investeringer og innflytting i indre byområder i nordøst USA og i Vest Europa på 1960 og 1970-tallet, ofte med offentlig myndigheters innblanding. Fra og med slutten av 1970-tallet identifiserer de en andre bølge av gentrifisering ("second wave

gentrification”). Denne bølgen kjennetegnes, ifølge Hackworth og Smith, (2001) ved at private investorer i økende grad bygget opp under påbegynt gentrifisering. Videre ved at lokale motstandsgrupper motarbeidet gentrifiseringen. Den tredje ”dagsaktuelle” bølgen av gentrifisering tidsfestes til perioden etter den økonomiske resesjonen fra cirka 1993 og frem til i dag.

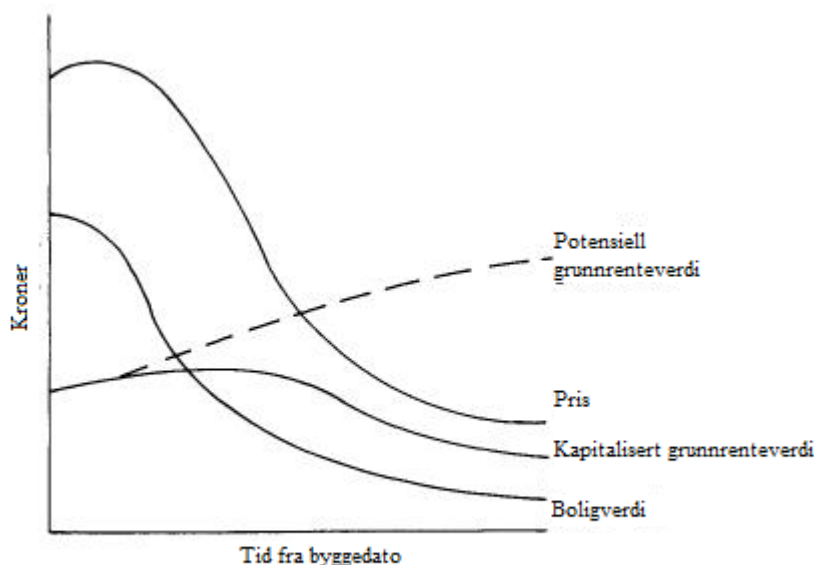
Hackworth og Smith (2001: 468) fastslår at denne tredje bølgen kan beskrives ut fra fire sentrale kjennetegn. Det første kjennetegnet er at den klassiske gentrifiseringen er blitt utvidet både innenfor og utenfor bykjernen. Det andre kjennetegnet er at private eiendomsaktører i økende grad etterstreber å igangsette gentrifisering. Til forskjell fra tidligere faser hvor de i større grad har utnyttet en igangsatt gentrifisering søker de nå også å tilrettelegge for gentrifisering og forsterke denne. Det tredje kjennetegnet er at lokale motstandsgrupper er blitt svekket. Fellesskap og nabolagsbevegelser i de opprinnelige arbeiderklasseområdene har blitt splittet over tid. Som det fjerde kjennetegn forfekter de at offentlige myndigheter i dag i større grad etterstreber gentrifisering i dagens by- og stedsutvikling.

Med et oppsummerede blikk på de overnevnte endringene i gentrifiseringens karakteristika mener Clark (2005) at definisjoner av gentrifisering bør utvides og ”oppdateres”. Mer spesifikt mener han at gentrifiserings- definisjoner fortsatt bør vektlegge en situasjon hvor beboergrupper med en viss sosioøkonomisk status erstattes av andre grupper med høyere sosioøkonomisk status. Han fastslår imidlertid at dagens definisjon av gentrifisering også bør omfatte flere varianter av ekskludering i by- og stedsutviklingen. For det første mener han at betegnelsen også bør omhandle situasjoner hvor *bruken* av et område skifter karakter Clark (2005). Dette aktualiserer et fokus på en økende ekskludering av visse brukergrupper fra offentlige byrom. Videre mener han at gentrifiseringen ikke lenger dreier seg om en enkel todeling mellom arbeiderklasse og middelklasse, men om fortrengning av beboere innen et større og mer findelt sosialt spekter av beboergrupper innen middelklassen. Definisjonen bør derfor også fange opp endringer fra lavere til høyere middelklasse. Clark (2005) gjør heller ingen forutsetninger om lokalisering i byen. Gentrifisering kan forekomme i indre by, i ytre by eller utenfor byen.

Til slutt fastslår også Clark (2005) at gentrifiseringen kan knyttes til flere former for fysiske forbedringer i bylandskapet. En sosioøkonomisk fortrenkning av beboer- og brukergrupper bør ikke bare knyttes til en småskala rehabilitering av boliger, i følge Clark (2005), men også til nybygging av boliger og mer storstilt opprustning av infrastruktur. Slik tillegges også aktører på tilbudssiden i boligmarkedet en mer aktiv rolle i gentrifiseringen. Dette danner også et sentralt utgangspunkt for studien av private eiendomsaktørers involvering i gentrifisering i denne masteroppgaven. Tilbudssidens rolle i gentrifiseringen har imidlertid blitt debattert over lengre tid. Jeg vil derfor først gjøre rede for noen teorier om deres rolle i gentrifiseringen og spesifisere mitt fokus på gentrifisering som et salgsargument og boligkonsept.

2.2.2 Tilbudssidens rolle i gentrifiseringen

Neil Smith (1979) la frem de første teoriene om tilbudssidens rolle i gentrifiseringen ved ”rent-gap teorien” (heretter betegnet som teorien om grunnrenteavvik). Omtalen av gentrifiseringstendenser i indre byområder hadde stort sett vært basert på mer deskriptive tilnærminger etter at Ruth Glass hadde påvist denne typen stedsutvikling (Lees m.fl. 2008). Fokuset var rettet mot middelklassens preferanser for å bosette seg i indre by og de sosiale konsekvensene av dette. Smith (1979) mente imidlertid at det måtte teoretiseres hva som var *årsaken* til at fraksjoner av middelklassen vurderte indre byområder som nye boligområder. Videre fastslo han at gentrifiseringen måtte forklares ut fra kapitalistiske strukturer i samfunnet og mer spesifikt ut fra tilbudssidens søken etter profittmaksimering. Suburbanisering, og derav forfall i indre byområder, hadde ifølge Smith (1979) skapt et gunstig investeringsklima i indre byområder. Gentrifiseringen tenkes å være et resultat av tilbudssidens vurdering av et gunstig investeringsklima, og påfølgende investeringer her. Mer spesifikt hevder han at gentrifiseringen kan forklares ved at aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet responderer på fremveksten av et betydelig avvik mellom gjeldende (kapitalisert) og potensiell grunnrente verdi. Dette illustrerer han også i en modell som viser forbindelsene mellom en gradvis verdiforringelse på boligmassen og økte potensialer for profittmaksimering som følger av dette:



Figur 2: Devalueringssirkelen (verdiforringelse) i indre byområder.
Kilde: Neil Smith (1979: 544)

Ut fra de overnevnte teoriene, og de skisserte tendensene i devalueringssirkelen, mener Smith (1979) at gentrifisering ikke er et tilfeldig fenomen. Den er snarere en forventet og naturlig utvikling i områder som kjennetegnes ved forfall i følge (Smith 1979: 546).

Betingelsene for gentrifiseringen er gitt av markedsøkonomien og gentrifiseringen kan i så måte sies å være et utfall av økonomiske prinsipper og en kapitalistisk orientering i by- og stedsutviklingen. Mer spesifikt mener Smith (1979) at gentrifiseringen vil utløses på et bestemt tidspunkt fordi private eiendomsaktører "følger" en markedslogikk i eiendomsmarkedet, mer eller mindre bevisst:

Gentrification occurs when the gap is wide enough that developers can purchase shells cheaply, can pay the builders costs and profit for rehabilitation, can pay interests on mortgage and constitution loans, and can then sell the end product for a sale price that leaves a satisfactory return to the developer (Smith 1979: 545).

Ut fra dette perspektivet blir det mindre aktuelt å undersøke private eiendomsaktørers strategier og virkemidler i boligmarkedet. Eiendomsaktører tenkes kun å respondere på muligheten for "kjapp" og maksimal inntjening ved kjøp og salg av eiendom. Clark (1995) og Clark & Gullberg (1997) gir imidlertid tilbudssiden en mer aktiv og bevisst rolle i by- og stedsutviklingen i en revurdering av teorier om eiendomsaktørers søken etter profittmaksimering. Mer spesifikt mener de at aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet

også inngår i maktkamper og drakamper for å påvirke hvordan steder skal utvikles. Dette kommer av at de også baserer seg på noen visjoner om fremtidige profittpotensialer. Deres etterstrebelser etter profittmaksimering kan også omhandle tiltak for å bygge opp under fremtidige profittmuligheter på et sted. For å eksemplifisere dette viser også Clark og Gullberg (1997) til hvordan ulike aktører på tilbudssiden har spilt en rolle i den gradvise utviklingen av Stockholms finansstrøk. Her viser de at ulike aktører på tilbudssiden har involvert seg i debatter og drakamper med hensyn til byens utvikling. På denne måten har de også påvirket stedets utvikling. For eksempel etablerte offentlige myndigheter et knutepunkt for transport, som følge av planer om at stedet skulle utvikles som et fremtidig finanssenter i Stockholm. En konsekvens av dette var at interessen for området vokste og at eiendomsprisene steg.

Dette utgangspunktet gir også interesse for en studie av hvorvidt private eiendomsaktører kan sies å ha bygget opp under gentrifiseringen på Grünerløkka. Clark (1995) og Clark & Gullberg (1997) sine perspektiver er imidlertid knyttet til analyser av overordnede maktkamper og ulike aktørers involvering i by- og stedsutviklingen i Stockholm over en lengre tidsperiode. I min masteroppgave rettes heller fokuset mot eiendomsaktørers konkrete strategier i boligmarkedet på Grünerløkka i nyere tid. Bridge (2001) sin tilnærming til eiendomsaktørers rolle i gentrifiseringen er i så måte mer aktuell. På samme vis som Clark (1995) og Clark & Gullberg (1997), hevder Bridge (2001) at aktører på tilbudssiden kan legge føringer på by- og stedsutviklingen. Enda mer spesifikt aktualiserer imidlertid Bridge (2001) et fokus på eiendomsmegleres evne til å opprettholde en påbegynt gentrifisering. Dersom de er kjent med klassespesifikke preferanser blant middelklassebeboere kan de også bygge opp under gentrifiseringen ved en strategisk vektlegging av visse trekk ved boligen og stedet. På denne måten fungerer de som betydningsfulle mellommenn i formidlingen av boliger: "(...) at the level of microsociology, estate agents occupy a critical role as both financial and sociological intermediaries" (Bridge 2001: 88).

Som tidligere nevnt har også Knox og Pinch (2006) fastslått at aktører i boligmarkedet kan fungere som sosiale portvoktere ("social gatekeepers") ved at de kan påvirke beboergruppers oppfattelse av boliger og boligområder. På samme måte fastslår også Bridge at disse aktørene har en betydningsfull rolle i gentrifiseringsstrøk ved at de innretter markedsføringen mot middelklassebeboere. Mer spesifikt kan dette skje ved at de ved at for eksempel fremhever visse estetiske og livsstilsmessige uttrykk for å tiltrekke flere beboere

fra middelklassen og høyere sosiale sjikt til indre byområder. Flere studier har også vist at private eiendomsaktører benytter slike virkemidler i boligmarkedet i indre by for å bygge opp under et nytt boligmarked for middelklassen her. Før jeg kommer tilbake til dette vil jeg imidlertid redegjøre for en fasepreget utskiftning i gentrifiseringsstrøk. Denne gradvise utskiftningen tenkes å ha aktualisert eiendomsaktørers orientering mot profittmuligheter i gentrifiseringsstrøk i utgangspunktet.

2.2.3 Gentrifiseringssyklusen

Med begrepet *gentrifiseringssyklus* beskriver Ley (1996) en prosess som er knyttet til ulike faser i gentrifiseringen. Disse fasene kjennetegnes ved en gradvis endring hvor kjøpergrupper som besitter mye kulturell, men lite økonomisk kapital – for eksempel kunstnere og studenter – erstattes av kjøpergrupper som mer økonomisk kapital. Private eiendomsaktører har nettopp involvert seg i gentrifiseringsstrøk som følge av denne gradvise utskiftningen av beboere. Dette har de gjort for å bygge opp under et boligmarked for mer kjøpsterke beboergrupper i indre byområder. Tilstedeværelsen av de første innflytterne i et gentrifiseringsstrøk – her kalt “hippier” – representerer et potensial for inntjening: ”As a successful inner-city realtor declared, if in doubt when marketing to the new middle class, ”follow the hippies” (Ley 1996: 191). Før jeg går mer inn på dette vil jeg gi en kort redegjørelse for en konsumentdrevet utskiftning av beboergrupper i gentrifiseringsstrøk.

Pierre Bourdieus kapitalbegreper blir relevante i denne sammenheng. Ifølge Bourdieu (1986) er ikke fordelingen av ressurser i samfunnet tilfeldig, men bestemt av menneskers kapital. Bourdieu skiller mellom tre former for kapital: *sosial kapital*, *kulturell kapital* og *økonomisk kapital*. Sosial kapital sikter til aktørers tilgang til sosiale nettverk, som familie, venner og kolleger. Enkeltaktørers evne til å mobilisere slike grupper når de ønsker å oppnå noe, gir makt. Med hensyn til gentrifiseringssyklusen som tilnærmes i denne masteroppgaven er imidlertid de to andre kapitalbegrepene mest relevante. Økonomisk kapital omhandler enkelt sagt penger. Kulturell kapital er i første rekke knyttet til utdanning. Videre er kulturell kapital i stor grad knyttet til høy smak. Med andre ord kjennetegnes personer med høy kulturell kapital ved en innsikt i den hegemoniske kulturelle koden i samfunnet – eller såkalt *høy smak* (Bourdieu 1986, 1995). Høy smak kan være klassisk musikk, anerkjente litterære

verk eller moderne kunst. *Barbarisk smak* knyttes, på en annen side, til det samfunnet oppfatter som en "lavkulturell" smak. Her inngår for eksempel action-filmer og såkalt kiosklitteratur. Bourdieus kapitalbegreper er sentrale i både i Jager (1986), Ley (1996) og Bridge (2001) sin omtale av en gradvis utskiftning av beboergrupper i gentrifieringsstrøk. Her har det blitt fastslått at de første innflytterne i gentrifieringsstrøk var kjennetegnet med høy kulturell kapital, og at de etter hvert blir erstattet av beboergrupper med høy økonomisk kapital.

Mer spesifikt har først Jager (1986) hevdet at den klassiske gentrifieringen må forstås i lys av den nye middelklassens søken etter klasseidentitet. Han mener at den nye middelklassen ikke hadde nok økonomisk kapital til å utmerke seg med klassiske uttrykk for velstand og at de derfor baserte seg på en kulturell kapital og en distinkt smak for å oppnå klasseidentitet. Med utgangspunkt i studier fra gentrifieringsstrøk i Melbourne fastslår han at dette bidro til en innflytting i indre byområder med en påfølgende rehabilitering av boligmassen her. Mer spesifikt skapte den nye middelklassen egne estetiske uttrykk ved å rehabilitere historiske bygg i arbeiderklasseområder. Videre utøvde de en ny urban livsstil her. Begge disse praksisene var basert på en høy kulturell kapital. Beboergruppene søkte distinksjon ved utøvelse av en kulturell livsstil og ved ervervelse av historiske trekk ved boligene.

En konsekvens av dette er i følge Jager (1986) at middelklassens higen etter distinksjon også sprer etter hvert spres seg til "livet som helhet" i gentrifieringsstrøk. Den nye middelklassens preferanser for estetikk og livsstil blir etter hvert sentrale kjennetegn ved stedets karakter og omdømme. Videre etablerer de nye trender i boligmarkedet i indre by. Gentrifieringsstrøket blir en ny kulturell og estetisk arena: "Expressionism in facadal displays, open days, fetes, cultural days and festivals assume increasing importance in daily life and in local politics" (Jager 1996: 89). En implikasjon av dette er at opprinnelige beboere fra arbeiderklassen fortrenses både prismessig og symbolsk.

Ley (1996) også presisert at de første innflytterne i gentrifieringsstrøk har fungert som en type "trendsettere" for et nytt middelklasse- boligmarked i indre byområder. Videre understreker han at gentrifieringen videreføres i en mer eksklusiv variant. I denne sammenheng viser han til eksempler fra Canada. Ungdommer, kunstnere og studenter innen 1960-tallets motkultur etablerte nye trender med hensyn til beboelse i indre byområder. Mer spesifikt betegnes disse som pionerer i gentrifieringen. Videre beskrives disse med en

idealistisk orientering, toleranse overfor forskjellighet og med et ønske om å distansere seg fra materialisme og konformitet i foreldregenerasjonens forsteder. Etter hvert mener imidlertid Ley (1996) at "hippiene" erstattes av nye gentrifierere som i større grad er orientert mot konsum, materielle verdier, og som besitter mer økonomisk kapital. Dette fordi gentrifieringsstrøkene etter hvert endrer image og omdømme og fremstår som mer stabile og attraktive bolig- og investeringsområder i boligmarkedet.

Med andre ord mener Ley (1996) at gentrifieringen forløper gradvis: Pionerer i gentrifieringsstrøkene i indre by skiftes ut som følge av at trekk ved deres livsstil, identitet og estetiske uttrykk etableres som trender i boligmarkedet. Yrkesgrupper som i størst grad identifiserer seg med personer innen motkulturen, for eksempel personer fra designyrker og akademia, tenkes å være de første som følger etter pionerene. Dette fordi de kan identifisere seg med verdier, livsstil og kulturelle uttrykk som kjennetegner de første innflytterne. Deretter følger mer etablerte yrkesgrupper, for eksempel leger og advokater, før ledere fra privat sektor og arbeidere innen salg og finans kommer til i den siste fasen. Dette forløpet kaller Ley (1996) *gentrifieringssyklusen*.

Basert på et lignende resonnement med hensyn til utviklingen i gentrifieringsstrøk fastslår også Bridge (2001) at opprinnelige innflyttere i gentrifieringsstrøk har tilført gentrifieringsstrøk en kulturell kapital og en symbolverdi som personer med mer økonomisk kapital ønsker å identifisere seg med. Beboergrupper fra høyere sosiale sjikt innen middelklassen flytter også hit ettersom de oppfatter at de kan "kjøpe" seg kulturell kapital på denne måten. En konsekvens av dette er også, i følge Bridge (2001) at kravene til rehabilitering og oppraderinger ved boligene øker, og at det vokser frem en mer eksklusiv gentrifieringsestetikk. Dette skjer fordi nye innflyttere er mer opptatt av materielle verdier og klassiske statussymboler, samtidig som de ønsker å bo i gentrifieringsstrøk. I så måte forsterkes også gentrifieringen ved at prisnivået øker i nabolagene som helhet. Bridge (2001) fremhever også at en slik gentrifieringsestetikk i økende grad har blitt kommersialisert i boligmarkedet over tid. Det samme gjelder med hensyn til en urban livsstil i indre by: "Traditional gentrification taste is now standardized and commodified" (Bridge 2001: 99). I tråd med dette har også private eiendomsaktører i større grad orientert seg mot

de estetiske og kulturelle uttrykkene som knyttes til gentrifieringsstrøk i forbindelse med kommersielle strategier i boligmarkedet.

2.3 Gentrifisering som bypolitisk virkemiddel

Jeg har tidligere i dette kapitlet omtalt en situasjon hvor gentrifieringen også kan omtales som et nytt bypolitisk ideal i dagens by og stedsutvikling. I første omgang kan da tilbudssidens etterstrebelser etter gentrifiering knyttes til Harveys (1989) omtale av en ny entreprenørisk bypolitikk i amerikanske og europeiske byer, fra slutten av 1970- tallet. Kort fortalt omhandler denne orienteringen at bymyndigheter, i samarbeid med private aktører i byutviklingen, har igangsatt initiativer for bedre byens image og omdømme. Dette har de gjort for å motarbeide deindustrialisering, økende fattigdom, skattekriser, og for å tiltrekke investorer og skape økonomisk vekst. I denne sammenheng etterstrebes gentrifiering som del av en entreprenørisk bypolitikk. Dette fordi denne typen stedsutvikling tenkes å skape et attraktivt miljø for nye investorer, middelklassebeboere, turister, og konsumenter generelt, i indre byområder.

Gentrifieringen har også blitt etablert som et tydeligere ideal i byutviklingen, i både vestlige og ikke vestlige byer, i nyere tid (Smith 2002). Dette som følge av en økende globalisering av produksjonssystemene. Noen byer fungerer som ”plattformer” i nye globale produksjonssystemer mens flere byer inngår i en interurban konkurranse om å innta denne statusen eller i det hele tatt få delta i produksjonen. (Smith 2002: 434). Gentrifiering etterstrebes derfor også av offentlige myndigheter og private aktører i flere byer som ikke har gjennomgått faser med klassisk gentrifiering. Mer spesifikt mener Smith (2002) at en ny global gentrifieringsstrategi gir seg utslag i visjoner om ”regenerering” i mange byer i dag. Som følge av dette konkluderer Smith (2002: 439) med at: “A seemingly serendipitous, unplanned process that popped up in the postwar housing market is now, at one extreme, ambitiously and scrupulously planned.” (Smith, 2002, s. 439).

En tilretteleggelse for gentrifiering kan altså forklares ut fra endringer i økonomiske og politiske systemer, og ut fra en økt globalisering av produksjonssystemene. Som jeg skisserte ved referanser til Young mfl. (2006), innledningsvis i masteroppgaven, og som jeg har nevnt ved Bridge (2001) sine teorier, har det imidlertid også vist seg at private

eiendomsaktører involverer seg i en opprettholdelse av gentrifiseringen ved egne initiativer i boligmarkedet. I så måte aktualiseres også studier av private aktørers markedsførings- og utbyggingsstrategier i boligmarkedet. I denne sammenheng har særlig Zukin (1989, 1991, 1995) fremhevet deres utnyttelse av trekk ved en klassisk gentrifisering, i forbindelse med markedsføring og utbygging av boliger i indre by.

2.4 Gentrifisering som salgsargument og boligkonsept

Zukins (1989: 176) omtale av private eiendomsaktørers utnyttelse og forsterkning av en påbegynt gentrifisering⁶, kom først i forbindelse med teorien om en kunstnerisk produksjonsmodus ("artistic mode of production") i boligmarkedet. Denne er basert på eksempler fra utviklingen av et kommersialisert "loft market" i indre by i New York. Enkelt sagt er "lofts" en betegnelse på leiligheter i tidligere industrilokaler. Med "loft- market" sikter Zukin til kunstnernes innflytting i industrilokaler i SoHo på 1960 og 1970-tallet. Kunstnerne trengte større arealer til arbeidet sitt, og måtte derfor kombinere beboelse og arbeid i næringslokaler med billig leie. Ettersom flere fra middelklassen også viste interesse for disse områdene og denne typen beboelse, gikk flere private eiendomsaktører inn i dette boligmarkedet og utviklet boliger beregnet for beboere med mer økonomisk kapital.

Det oppstod altså en situasjon hvor private eiendomsaktører forsøkte å videreutvikle middelklassens begynnende interesse for kunstneres livsstil og estetiske uttrykk i SoHo, ved å fremheve slike uttrykk i markedsføringen av boliger her, i følge Zukin (1989). Offentlige myndigheter bygget også opp under opparbeidelsen av loft-markedet som en ny kommersiell nisje i boligmarkedet. Det ble for eksempel gjennomført lovendringer som gjorde det mulig å bo på denne måten. Zukin (1989) understreker imidlertid at private eiendomsaktører, på en

⁶ Ettersom Zukin (1989) baserer seg på klassiske definisjoner av gentrifisering, bruker hun ikke gentrifiserings-betegnelsen i redegjørelsen for utviklingen av loft- markedet. Dette kommer av at "lofts" ikke opprinnelig ble bebodd av arbeiderklassen, men heller ble brukt til småskala industriarbeid. Videre omtales de første innflytterne mer spesifikt som kunstnere, eller enn "middelklassebeboere". I denne masteroppgaven omtales imidlertid dette også som en type gentrifisering, i tråd med f.eks. Clark (2005) sine definisjoner som favner bredere. Som nevnt fastslår an for eksempel at endringer i bruken av et område kan defineres som en form for gentrifisering.

strategisk måte, gikk inn for å kommersialisere dette boligmarkedet. I første omgang ved å dirigere investeringer hit. Deretter ved å markedsføre kunstneres livsstil og estetiske uttrykk. Dette for å bygge opp under et nytt boligmarked for middelklassen – mennesker med mer økonomisk kapital enn de opprinnelige beboerne. På denne måten kan det hevdes at de private eiendomsaktørene bygget opp under gentrifisering ved å prismessig fortrenge industriarbeiderne og kunstnerne som opprinnelig bodde og arbeidet her.

I senere tid har også Zukin (1991, 1995) påpekt at private eiendomsaktører utøver mer strategiske fremstøt for å bygge opp under gentrifisering i eiendomsmarkedet i indre byområder. For det første hevder hun at eiendomsmeglere og -utviklere har utøvd strategier for å tiltrekke kunstnere til nye boligområder eller til områder som har vært preget av forfall og degradering. Dette fordi en ”kunstnerisk atmosfære” oppfattes å fungere som et velfungerende salgsargument med hensyn til interessenter fra middelklassen. I tråd med en kapitalistisk logikk i en kunstnerisk produksjonsmodus i boligmarkedet er imidlertid intensjonen at kunstnere også skal erstattes av kjøpergrupper med høyere økonomisk kapital over tid: ”Artists have been welcomed as ”bridge” gentrifiers – but not as statutory tenants deserving protection when property values rise.” (Zukin, 1995: 111).

Zukin (1991) hevder også at ny utbygging av boliger i indre by bærer preg av en kunstnerisk produksjonsmodus. Dette ved at symbolske og estetiske trekk fra en klassisk gentrifisering også har blitt implementert i nye boligprosjekters design og konsept. Ved å tilføre en historisk estetikk i bygningsmassen, og et næringsliv bestående av kafé- og nisjebutikker, etterstreber også eiendomsutviklere å implementere en tradisjonell gentrifieringsestetikk i nye boligprosjekter. Docklands i London og Battery Park i New York nevnes som eksempler på dette (Zukin 1991:192). Disse nye boligprosjekter utarbeides for å skape et miljø for høyere sosiale sjikt av middelklassebeboere, og investorer innen den nye serviceøkonomien. Samtidig markedsføres beboergruppers muligheter for å oppsøke urbane miljøer og realisere en urban livsstil. Implikasjonen av slike tiltak er, i følge Zukin (1993: 20) at byområder omgjøres til ”visuelle landskap” (”visual themes”) og ”forbrukslandskap” (”landscapes of consumption”), som er tilpasset middelklassebeboere og -brukere.

En implikasjon av slike tiltak synes også å være at eiendomsaktørene i økende grad også etterstreber å ”hoppe over” de første stadiene i en gentrifieringsprosess, som for eksempel Ley (1996) skisserer i gentrifieringssyklusen. Dette skjer ved at eiendomsutviklerne mer strategisk innretter seg mot beboergrupper med høyere kapital. Hackworth (2002) har også

omtalt en gentrifiering som i økende grad er *styrt* av private eiendomsutviklere, og som i større grad er innrettet mot spesielt kjøpsterke beboergrupper i indre byområder i forbindelse med en økende kommersialisert gentrifiering ("corporalized gentrification") i nyere tid. Dette innebærer at eiendomsutviklere i økende grad også utøver selvstendige strategier for å igangsette gentrifiering. Med dette som utgangspunkt mener også Hackworth (2002) at eiendomsutviklere kan betegnes som en ny type pionerer i dagens gentrifiering. Han oppsummerer at: "Corporate participation is not simply the 'maturation' of gentrification in individual neighbourhoods. Firms are increasingly the first to reinvest and redevelop property for more affluent users" (Hackworth 2002: 820). I denne sammenheng kan det også sies at en gentrifieringsestetikk som Bridge (2001) har omtalt har blitt ytterligere kommersialisert i boligmarkedet. Videre viser det seg at private eiendomsaktører også etterstreber en forsterket og mer eksklusiv gentrifiering i boligmarkedet på denne måten. I det påfølgende vil jeg også skissere slike tendenser ved eksempler fra Manchester og London.

2.4.1 Føringer for en eksklusiv gentrifiering i boligmarkedet

Young mfl. (2006) avdekker tydelige tegn på at private eiendomsaktører, henholdsvis eiendomsutviklere, eiendomsutviklere og reklamebyrå innen eiendom, i Manchester indre by har forsøkt å utnytte middelklassens preferanser for beboelse i indre byområder i forbindelse med strategier for å bedre indre byområders image. Dette finner de ved analyse av deres markedsføringsmateriell og intervjuer. Her finner de i likhet med Zukin (1989) og Bridge (2001) at eiendomsaktørene baserer seg på en strategisk innretting mot middelklassebeboere ved et fokus på en urban og "kosmopolitisk" livsstil i indre by. For det første fremgår f.eks. dette ved en innretting mot kjøpsterke målgrupper fra middelklassesjiktet i markedsføringsmateriell. Oppsummerende finner Young m.fl.(2006) en målgruppe bestående av "(...) predominantly young, professional, middle-class, able-bodied, single or child-free couples, heterosexual and (despite some ethnic diversity) predominantly white (Young mfl. 2006: 1700). Videre finner de også at eiendomsaktørene tydelig bygger opp under selektive bilder av hvem som passer inn i indre byområder og hvem som ikke passer inn her. Dette innebærer f.eks. at eiendomsaktørene fremhever en moteriktig, kulturell og konsumbasert livsstil som både forutsetter en kulturell og økonomisk kapital blant beboere.

Dette fremgår f.eks. ved bilder av kafeer, delikatessbutikker og kunstgallerier i boligannonser. Videre fremheves f.eks. tilgjengeligheten til Manchester flyplass og vedlikeholdsfrie og servicepregede boliger som muliggjør en urban, kosmopolitisk og “bekymringsfri” livsstil. Et av boligprosjektene markedsfører blant annet boligkonsulenter som kan avhjelpe med organisering av hverdagslige oppgaver i denne sammenheng.

Det er ut fra de overnevnte fokusområdene tydelig at eiendomsaktørene i Manchester markedsfører en urban livsstil som opprinnelig har blitt knyttet til pionerer i klassiske gentrifiseringsstrøk. Dette fremgår f.eks. ved et tydelig fokus på kultur, kunst og uteliv. De overnevnte fokusområdene i eiendomsaktørenes markedsføringsmateriell i Manchester står imidlertid også i kontrast de første innflytterne som f.eks. Ley (1996) har omtalt i en tidlig fase av gentrifiseringssyklusen. Pionerene som omtales i Ley sin syklusmodell var riktignok kjennetegnet ved en høy kulturell kapital. Samtidig fremstilles imidlertid disse med en orientering mot ikke- materialistiske verdier. Fokuset markedsføringen i Manchester synes tydelig å være innrette mot ressurssterke beboere som har økonomisk evne til å “konsumere” en urban livsstil ved f.eks. hyppige kafe- og restaurantbesøk, og hyppige utenlandsreiser. Videre kan det da også leses ut av dette at eiendomsaktørene i større grad innretter markedsføringen mot kjøpesterke beboergrupper. Young m.fl.gir også uttrykk for dette: “There is an imaging of a “new urban elite” which marketers wish to associate with city-centre living” (Young m.fl.2006: 1700).

En ytterligere tendens som tilsier at eiendomsaktørene retter seg mot mer kjøpesterke grupper fremgår f.eks. også ved et økt fokus på sikkerhet ved boligprosjekter i indre byområder (Young m.fl. 2006). Til forskjell fra pionerer, som var kjennetegnet ved en tolerant innstilling til det urbane bymiljøet, ifølge Ley (1996), tyder også dette på at eiendomsaktørene bygger opp under et mer snevert mangfold i indre byområder. Eiendomsaktørene bygger opp under bilder av mangfold i indre byområder og fremhever dette som “eksotiske” innslag i bymiljøet (Young m.fl. 2006). Det kinesiske fellesskapet, nærmere bestemt “Chinatown”, fremheves f.eks. for sitt restaurantliv. Videre fremheves f.eks. et område som kjennetegnes med mange homofile beboere for sitt uteliv. Den irske festivalen fremheves som et annet attraktivt innsalg i bymiljøet. Andre etniske gruppers tilstedeværelse og f.eks. en arbeiderkultur nedtones imidlertid. Samtidig går det også frem en orientering mot markedsføring av indre byområder går også frem av eiendomsaktørenes fokus. Oppsummerende fastslår Young m.fl. (2006: 1704) at eiendomsaktørers

fremstillinger av det urbane miljøet er ensidig og tydelig innrettet mot hvite, heterofile, kjøpesterke beboergrupper med med både kulturell kapital og høy økonomisk kapital. Ut fra dette kan det da også sies at gentrifiseringen innrettes mot grupper som kjennetegner senere stadier av Lyes (1996) gentrifiseringssyklus.

Davidson og Lees (2005) finner også en lignende innretting mot kjøpesterke beboergrupper i forbindelse med utbygging av nye boliger i havneområdene Themsen i London. Helt eksplisitt betegner de også slike nye boligprosjekter som bygger opp under gentrifisering, som en type gentrifisering ved nybygging ("new built gentrification"). Den klassiske gentrifiseringen er kjennetegnet ved at opprinnelige beboere i arbeiderklassestrøk blir fortrent fra disse stedene. Til forskjell fra dette skjer som oftest gentrifisering ved nybygging på "tomme" eller "ubrukte" eiendommer i indre by, for eksempel på tidligere industritomter (såkalte "brownfield sites"). Davidson og Lees (2005) fastslår imidlertid at slike fremstøt også kan bidra til at nærliggende steder, som kjennetegnes av ulike sosioøkonomiske eller subkulturelle beboergrupper, endrer sosial og symbolsk karakter. Dette kan f.eks. skje ved at prisnivået i boligmassen og næringslivet i nærliggende områder kan øke.

Videre mener også Davidson og Lees (2005) at nye boligprosjekter bygger opp under forestillinger om at indre by som helhet "passer best" for middelklassebeboere og for beboere fra høyere sosiale lag. For det første går f.eks. dette frem av prisnivået i nye boligprosjekter i indre byområder. Ved eksempler fra boligutbyggingen ved Themsen skisserer de f.eks. dette ved prisnivået i et av prosjektene (i Wandsworth). Her ligger kostnaden på de minste leilighetene (med to soverom og uten utsikt) på cirka 2,6 millioner kroner, mens de mest eksklusive leilighetene (med fire soverom og utsikt) koster cirka 8,25 millioner kroner. Videre finner også Davidson og Lees (2005) at flere av utbyggingsprosjektene suppleres med fasiliteter og uteområder som er rettet mot beboere og brukere fra middelklassen og næringsdrivende innen den nye serviceøkonomien. Boligkomplekser suppleres for eksempel med kontorlokaler, hoteller, kurs- og konferansesentre, aktivitetssentre, historiske attraksjoner, design i uterommene og en stor grad av restaurant- og kafévirksomhet. Videre implementeres også historiske trekk ved de klassiske gentrifiseringsstrøkene i nye boligprosjekter. Også her kreves altså høy kulturell og

økonomisk kapital av beboere. Oppsummerende fastslår Davidson og Lees (2005) at slike fremstøt i indre by bidrar til fremveksten av et materielt, kulturelt og symbolsk landskap, som er tilpasset serviceindustri og middelklassens preferanser og økonomiske evne. Her skisseres altså også en tydelig orientering mot beboere som kjennetegner mer eksklusive og etablerte faser av gentrifieringssyklusen. ”The traditional gentrifier’s lifestyle has been appropriated and sold commercially to more gentrifiers who are more wealthy and short of time. They buy or rent, as opposed to create, a lifestyle (Davidson & Lees 2005: 1182).

2.5 Oppsummering: Et nytt fokus på private eiendomsaktørers rolle i gentrifisering

I dette kapitlet har jeg skissert den teoretiske bakgrunnen for denne masteroppgavens fokus på private eiendomsaktørers involvering i gentrifisering på Grünerløkka. Den grunnleggende tilnærmingen til eiendomsaktørenes involvering i by- og stedsutviklingen er basert på Henri Lefebvres (1991) teori om ”produksjon av rom”. Perspektivet hans tilsier at aktører på både etterspørselssiden og tilbudssiden i eiendomsmarkedet kan påvirke by- og stedsutviklingen. Han forfekter imidlertid et fokus på kunnskaps- og makteliters føringer på by- og stedsutviklingen. Mer spesifikt tenkes aktører med definisjonsmakt i samfunnet å kunne legge noen føringer på det sosiale livet og på steders videre utvikling på denne måten. I så måte aktualiseres et fokus på private eiendomsaktørers fremstilling av Grünerløkka, og deres valg av konsepter i utbyggingen av nye boliger her.

Gentrifisering er en type stedsutvikling som i utgangspunktet blitt forklart med private eiendomsaktørers ønske om å utnytte et uforløst profittpotensial, eller et grunnrenteavvik, i bygningsmassen i indre by. Videre har den blitt forklart ut fra middelklassens ønske om distinksjon ved beboelse og en ny urban livsstil her. Nyere teorier om- og studier av gentrifisering viser imidlertid at aktører på tilbudssiden også forsøker å igangsette, opprettholde og forsterke gentrifisering. Med andre ord etterstreber de gentrifisering som et ideal. Intensjonen er å bygge opp under et nytt og mer eksklusivt bymiljø og boligmarked for investorer og beboergrupper fra middelklassen i indre byområder. Med dette som utgangspunkt vil jeg undersøke om eiendomsmeglere og -utviklere har vært kjent med en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka. Videre vil jeg analysere deres markedsførings- og utbyggingsstrategier. Etterstreber eiendomsaktører på Grünerløkka å bygge opp under en

påbegynt gentrifikering her? Forsøker de å tillegge Grünerløkka et distinkt stedsbilde ved valg av visse markedsførings- og utbyggingsstrategier? Før analysen legges frem vil jeg omtale noen trekk ved Grünerløkkas utvikling og gentrifikering i indre øst generelt. Videre vil jeg rede gjøre for den metodiske tilnærmingen i prosjektet i kapittel fire.

3. Kontekst: Påbegynt gentrifisering på Grünerløkka

Jeg har allerede omtalt en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka innledningsvis.

Intensjonen med dette kapitlet er ikke å konstatere utløsende årsaker til gentrifiseringen på Grünerløkka. Som fastslått i forrige kapittel drives denne typen stedsutvikling frem som følge av ulike drivkrefter på både tilbudssiden og etterspørselssiden i eiendomsmarkedet. Jeg vil imidlertid redegjøre for noen kontekstspesifikke trekk ved gentrifiseringen i Oslo indre øst, og på Grünerløkka, for å danne et bakteppe for denne masteroppgavens fokus på private eiendomsaktørers involvering i gentrifiseringen. I denne sammenheng vil jeg da særlig fremheve offentlige initiativer som sentrale faktorer. Som omtalt i innledningen finner Sæter og Ruud (2005) at offentlige myndigheter siden 1990-tallet har lagt visse føringer for gentrifisering i disse områdene. Ifølge Børrud (2005) er det også unaturlig å vurdere de endringer som har skjedd og skjer i Oslo indre øst uten å ta hensyn til den offentlige byfornyelsen på 1980-tallet og investeringene som fulgte med denne.

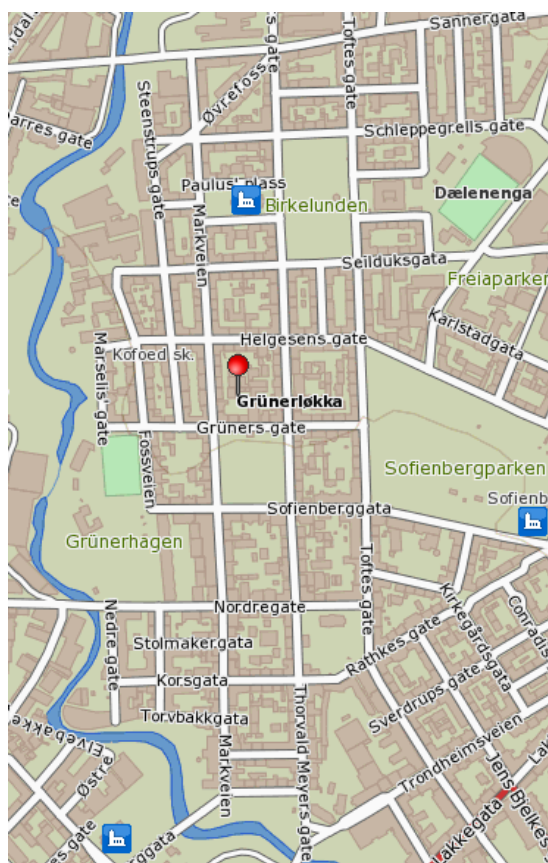
Når det gjelder utspill om en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka må det også tas forbehold når det gjelder geografisk avgrensning. Bydel Grünerløkka, ut fra kommunens administrative grenser, strekker seg over et større område enn hva folk flest vil omtale som ”Grünerløkka” (se kart 1). I denne oppgaven skal jeg derfor basere meg på Oslo bysikons (2000) definisjon av ”stedet Grünerløkka” (kart 2). Jeg erkjenner imidlertid at ulike personers definisjoner av stedets avgrensning kan variere.

Kart over Bydel Grünerløkka og sentrale deler av Grünerløkka



Kart 1: Bydel Grünerløkka og sentrale deler av Oslo. Kartet viser administrative grenser og nærliggende bydelers grenser. *Kilde: Oslo kommune¹.*

Målestokk 1:60 000
0 0,5km 1,5km



Kart 2: Grünerløkka definert etter Oslo Byleksikon (2000) avgrensning. *Kilde: Gule Sider¹.*

KM
0 0,1 0,2



¹ <http://www.bydel-grorud.oslo.kommune.no/article6149-2106.html> Nedlastet: 17.11.09

¹ http://www.gulesider.no/kart/#lat%3D6644234.61361%26lon%3D598269.35143%26zoom%3D16%26layers%3DB0000%26id%3Da_10000556142%26offset%3D0%26tab%3Daddress Nedlastet: 17.11.09

3.1 Degradering, forfall og stigma

Grünerløkka ble fra slutten av 1800-tallet etablert som et arbeiderklasseområde, på lik linje med andre bydeler i Oslo indre øst (Bull 1962, Myhre 1990). Etterspørselen etter boliger for innflyttende arbeidere økte fra og med 1870-tallet (Bull 1962). I denne forbindelse ble etter hvert flere private aktører interessert i boligspekulasjon i sentrale områder av Kristiania. På østkanten resulterte dette i en ny utbygging av leiegårder som var ment for arbeiderklassebeboere (Bull 1964). Embetsmenn og næringsdrivende flyttet på samme tid vestover i byen og bydeler på østkanten vokste gradvis frem som nye arbeiderklasseområder sentralt i Kristiania (Myhre 1990). Tendensene ble i tillegg forsterket av at utbyggingen ble orientert etter disse nye sosiale skillene i byen. Det ble også vanligere med klausuler ved tomtesalg, som for eksempel kun tillot villaer og lav utnyttelse av eiendommer i borgerlige strøk. Slik vokste det etter hvert frem tydelige sosioøkonomiske skiller mellom Oslos vestkant og østkant, hvor Grünerløkka altså inngår i østkanten

De første nye leiegårdene som ble bygget på Grünerløkka på 1870-tallet var i utgangspunktet kjennetegnet ved en god standard. De hadde tre etasjer, bakgård og en enkel oppgang i hvert hus (Bull 1962). Utover 1890-tallet ble det imidlertid oppført nye kaserner og blokker som i større grad ble preget av trangboddhet. Bull (1962) omtaler for eksempel en ny leiegård i Thorvald Meyersgate på Grünerløkka, som ble satt opp i to omganger i 1871 og 1878. Denne var kjennetegnet ved nesten 100 leiligheter, fordelt på 12 oppganger, i en fire etasjes gård hvor nesten alle leilighetene bestod av kun ett rom og kjøkken. I år 1900 viser også beregninger fra 13 nye murhus på Grünerløkka, med 1031 beboere, at disse var bebodd av 2,7 beboere per værelse (Bull 1962: 100).

I tillegg til den overnevnte befolkningstettheten i nye arbeiderklasseområder var også disse stedene preget av sosial nød og dårlige sanitære forhold. Dødeligheten var høyest i disse områdene, og selv om dødeligheten sank over hele byen på 1880 og 1890-tallet vedvarte denne forskjellen mellom bydelene i øst og i vest (Myhre 1990: 389). Myhre (1990: 389) beskriver også disse boligområdene i indre øst som ”trange, usunne og skrøpelige”. Bildet av arbeiderklasseområdene i Oslo indre øst skal imidlertid ikke svartmales. Kjeldstadli (1990) fastslår for eksempel at arbeiderklassemiljøene i indre øst også ble opplevd som positive og trygge av beboerne. Det var i særlig grad blant utenforstående at disse boligområdene ble omtalt i negative vendinger. Gustav Heiberg (I: Kjeldstadli 1990: 38), en sentral samtidig

boligpolitiker i Arbeiderpartiet, beskrev for eksempel Grünerløkka som et ”(...) skrekkeeksempel, heslig og avskyelig”. Beboerne selv fremhevet et positivt fellesskap blant beboerne i leiegårdene. Ella Hval (I: Kjeldstadli 1990:39) forteller for eksempel om kaffe- og vaffelsammenkomster, og om sang og dans i bakgårdene.

Flere faktorer bidro imidlertid til en gradvis degradering av bygningsmassen og en opphopning av beboere med dårlig økonomi på Grünerløkka og i andre arbeiderklassebydeler i Oslo indre øst. For det første ble fortettingen i disse boligområdene forsterket i forbindelse med et boligkrakk i 1899 som stanset spekulasjonsbyggingen (Kjeldstadli 1990). Sammen med en økende bolignød bidro dette til at flere arbeidere ble boende i arbeiderklasseområdene over en lengre tid. I tillegg bodde de tettere. I en toroms leilighet kunne det for eksempel bo et ektepar, tre barn og to voksne leieboere i 1920 (Kjeldstadli 1990: 34).

I løpet av etterkrigstiden vokste det også frem nye politiske agendaer som skulle bidra til et økt stigma og en opphopning av sosial nød i disse områdene (Kjeldstadli 1990). For å etablere en ny standard for boligutbygging ble det for eksempel vedtatt at Grünerløkka og 15 andre områder i indre by skulle saneres til fordel for nybygg i perioden mellom 1937–1947. Mer spesifikt for Grünerløkka ble det fastslått at den eksisterende bebyggelsen her skulle erstattes med lamellblokker på opptil 12 etasjer (Kjeldstadli 1990: 366). Saneringsplanene ble ikke realisert. De ble heller ”stående på vent” frem til etterkrigstiden. Dette resulterte imidlertid også i en situasjon hvor verken kommunen eller private gårdeiere viste vilje til å vedlikeholde eller modernisere den eksisterende bebyggelsen. Konsekvensen av dette var, i følge Kjeldstadli (1996), en pågående forslumming i bydeler som Bjølsen, Sandaker, Sagene, Rodeløkka, Grünerløkka, Kampen og Vålerenga. ”Det fremsto ikke som noe poeng å investere i en usikker fremtid” (Kjeldstadli 1996:6).

I den samme perioden mistet arbeiderområdene noen av de mest ressurssterke beboergruppene til nye drabantbyer, som ble oppført som følge av en påbegynt drabantbyutbygging (Kjeldstadli 1990). Disse gruppene ble nå ”hjulpet” inn i boligeierskap ved kooperativ boligutbygging og nye gunstige låneordninger. Beboergrupper med svakest økonomi, dårligst helse – og spesielt eldre husholdninger – ble værende i de gamle lavstatusområdene i indre øst (Kjeldstadli 1990). Fra og med slutten av 1970-tallet ble

imidlertid nye offentlige initiativer rettet mot indre byområder. Mer spesifikt ble det vedtatt et fokus på bevaring og rehabilitering av boligmassen her, i stedet for sanering. Ved slike initiativer ble det igangsatt endingsprosesser i flere av de opprinnelige arbeiderbydelene i Oslo indre øst.

Illustrasjon: Olaf Ryes Plass 6, år 1981/1982



Bilde 1: "Bygninger tett i tett". Olaf Ryes Plass 6. Leiegård med forgård (13 leiligheter og butikker i 1 etg.) og bakgård (20 leiligheter). Bygget bærer preg av forfall. Takvindu er knust og presenning blåser vekk. Foto: Åsmund Lindal. Utlånt av Oslo Byarkiv.



Bilde 2: Olaf Ryes Plass 6, november 1981. "I oppgangene vokser sopp i klaser, puss og maling skaller av. I bakgården flyter søppel, og vinduer er slått ut"⁷. Foto: Åsmund Lindal. Utlånt av Oslo Byarkiv.

7

http://www.byarkivet.oslo.kommune.no/OBA/resultpage.asp?page=25&table=foto&language=nor&searchtype=simple&order=arkiv_id&query=lindal Nedlastet 11.10.09

8

http://www.byarkivet.oslo.kommune.no/OBA/resultpage.asp?page=11&table=foto&language=nor&searchtype=simple&order=arkiv_id&query=lindal Nedlastet: 21.10.09

3.2 Offentlig byfornyelse og utvelgelse av fornyelsesområder

Politiske debatter om fremtiden til saneringsstrøkene i indre by ga etter hvert utslag i nye planer for byfornyelse ved rehabilitering av bygningsmassen og uteområdene i Oslos indre byområder. Den primære intensjonen med fornyelsen var å oppruste indre byområder med særlig svak boligstandard (Tilstandsbeskrivelse for boligområder i indre by 1978). I denne sammenheng ble det også fastslått at bydelene i indre øst utmerket seg med spesielle behov for fornyelse:

Østre del av indre by har klart den svakeste standard når det gjelder boligens sanitærutstyr. Bebyggelsen med dårligst sanitærutstyr ligger i beltet langs Akerselva (Gamlebyen, Grønland, Grünerløkka, Hammersborg). Boliger uten adgang til bad og WC ligger hovedsakelig i de østlige deler av indre by med konsentrasjoner på Kampen, Vålerenga og Rodeløkka, med mindre andel av Grünerløkka og bebyggelsen ved nederste del av Akerselva (Tilstandsbeskrivelse for boligområder i indre by 1978:7).

De svakest stilte beboerne i Oslos boligmarked var tenkt å være mottakergruppen for byfornyelsens tiltak (Tilstandsbeskrivelse for boligområder i indre by 1978). Videre var det en intensjon å tilrettelegge for en mer variert befolkningssammensetning med hensyn til sosial og aldersmessig struktur i fornyelsesområdene. På denne måten mente Oslo kommune å forhindre ytterligere degradering i indre byområder, og da særlig opphopning av sosial nød i visse områder. Børrud (2005: 295) understreker at slike tiltak var nødvendige og relevante: ”Den bygningsmessige standarden på deler av bebyggelsen i området var regelrett slum. Spesielt gjaldt dette nedre Grünerløkka og deler av Tøyen og Grønland”. I den videre bearbeidelsen og iverksettingen av det kommunale byfornyelsesprogrammet skulle det imidlertid vise seg at fordelingen av midler og ressurser til utbedring ikke alltid nådde frem til de mest trengende beboergruppene.

Tilstandsrapporten som ble fremlagt av Oslo kommune i 1978 påpekte at 18 områder⁹ i indre by kunne karakteriseres som områder med store fornyelsesbehov (Tilstandsbeskrivelse

⁹ St. Olavsgate/Ullevålsveien, Hammersborg, Osterhaugsgate/Torggata, Urtegata/Motzfeldtsgate, Tøyen, Kampen, Vålerenga, Gamlebyen, Grønland, Sofienberg, Dælenenga, Grunerløkka, Rodeløkka, Torshov, Sagene syd, Bjølsen, Ruseløkka, Hegdehaugsveien/Welhavensgate.

for boligområder i indre by 1978). I oppstarten av byfornyelsen valgte imidlertid kommunen å konsentrere seg om områder som var vurdert som ”nest-dårligst”, deriblant Grünerløkka (Wessel 1983). Bakgrunnen for en slik utvelgelsesstrategi var at fornyelsen var antatt å ville ha bedre forutsetninger for å lykkes i slike områder. Med dette som bakgrunn har kommunen da valgt å prioritere Grünerløkka som det største byfornyelsesområdet i Oslo. Mer enn 5000 leiligheter fordelt på 46 kvartaler ble berørt av fornyelsesvedtaket her (Wessel 1983: 175). Mer spesifikt ble Grünerløkka tildelt 150 millioner kroner i utbedringslån, mens bydeler som Vålerenga, Gamlebyen og Grønland bare mottok en sjettedel av dette beløpet (Wessel 1983: 66). I denne sammenheng kan det også tenkes at Grünerløkka fikk et utviklingsmessig ”forsprang” i forhold til andre områder som hadde gjennomgått degradering i indre øst. Overføringene kan for eksempel tenkes å ha skapt en spesiell oppmerksomhet knyttet til Grünerløkka som et nytt investeringsområde i indre by.

I et lengre tidsperspektiv har det imidlertid vist seg at flere av de tidligere arbeiderbydelene i Oslo indre øst har blitt tildelt en stor andel offentlige tilskudd (Sæter & Ruud 2005). Oslo kommune har blant annet overført store pengesummer til bydelene Sagene-Torshov og Gamle Oslo, i tillegg til Grünerløkka-Sofienberg (etter gamle bydelsinndelinger), gjennom *Handlingsprogrammet for indre øst*, siden 1997. Dette har kommunen gjort for å hjelpe vanskeligstilte beboere, bygge opp under områders attraktivitet samt forbedre det fysiske miljøet generelt i områdene (Sæter & Ruud 2005: 20). På grunnlag av slike offentlige fremstøt har flere forskere også hevdet at en påbegynt gentrifisering i Oslo indre øst kan forstås i lys av offentlige og planmessige føringer på byutviklingen og boligmarkedet.

3.3 Gentrifiseringstendenser i Oslo indre øst

Som allerede poengtert lå det sosiale visjoner til grunn for byfornyelsen på 1980-tallet. Områdene i Oslo indre øst var tydelig preget av forslumming før kommunen igangsatte sine initiativer (Børrud 2005). Det kan i så måte sies at kommunen bidro til en nødvendig rehabilitering av boligmassen. Påfølgende endringer i beboermassen skulle imidlertid vise at de offentlige tiltakene også ga utslag i et flyttemønster som kjennetegner en klassisk gentrifisering. Wessel (1983) fant for eksempel at hele 40 % av den opprinnelige befolkningen flyttet ut av utbedringsområdene på begynnelsen av 1980-tallet. Videre viste det seg tydelige tegn på en sosioøkonomisk utskiftning ut ifra trekk ved innflyttere og

fraflyttere i utbedringsområdene. Innflytterne kjennetegnes for eksempel ved høyere yrkesaktivitet og inntekt enn opprinnelige beboere:

Mens 65 % av fraflytterne og 45 % av gjenværende beboere enten er ufaglærte arbeidere eller pensjonister, gjelder bare dette for 22 % av tilflytterne. Også etter husstandenes bruttoinntekt er det tilflytterne som kommer best ut (Wessel 1983: 159).

Børrud (2005) omtaler påbegynte endringer i boligmarkedet i indre øst som en første fase av gentrifisering. På slutten av 1980-tallet stanset endringsprosessene opp i forbindelse med økonomiske nedgangstider (Børrud 2005). En konsekvens av dette var nye tegn på forfall i de første fornyelsesområdene. I forbindelse med oppgangstider på begynnelsen av 1990-tallet skulle det imidlertid vokse frem en ny interesse for reinvesteringer i områdene, og da særlig på Grünerløkka, som allerede hadde gjennomgått en betydningsfull fornyelsesperiode. På samme tid flyttet mange opprinnelige beboere ut når muligheten nå åpnet seg for salg, mens en yngre befolkning flyttet inn på Grünerløkka. Børrud (2005) oppsummerer også noen synlige konsekvenser av dette i Grünerløkkas gatebilde:

Caffe latte-tilfellet var et faktum: Gatebildet endret seg fra å være dominert av utstillingsvinduer stablet fulle av pappesker, dekorert av hjemmelagede tilbudsplakater og produktreklame, til gjennom-designede kaffebarer med store, åpne vindusflater som eksponerte det nye, urbane livet og den nye, kjøpesterke befolkningen på "Løkka". Det hadde startet en endringsprosess som ingen kunne unngå å legge merke til, en fase to av Grünerløkkas gentrifisering (Børrud 2005: 278).

I tråd med Børruds (2005) omtale av en videreført gentrifisering i indre øst etter en nedgangstid på slutten av 1980-tallet, finner også Brattbakk og Dyb (2001) tydelige tendenser til gentrifisering i forbindelse med en offentlig byfornyelse i nyere tid. I en evaluering av nye virkemidler i byfornyelsen i perioden 1998–2000, hvor gårdeiere selv oppfordres til å foreta rehabiliteringer, påpekes det at 70 % av de opprinnelige beboerne i de utbedrede gårdene hadde flyttet ut av områdene i den gjeldende perioden, mens bare 30 % av de opprinnelige beboerne ble værende. Dette skjedde til tross for at 85 % av de utflyttede beboerne oppga at de ikke hadde planlagt å flytte før rehabiliteringen ble igangsatt.

Mer spesifikt ble det også registrert at en fjerdedel av de utflyttede beboerne kunne plasseres i nederste inntektsgruppe (0–9999 kroner i månedlig husholdningsinntekt). Videre omfattet også utflyttergruppen et større innslag pensjonerte, trygdete og ulønnede. I motsetning til

dette plasseres en tredjedel av de som ble igjen eller flyttet inn i øverste inntektskategori (30 000 kroner og over i månedlig husholdningsinntekt). Dette tyder på at tegn på gentrifiering også gjorde seg gjeldende i tidligere vedtatte byfornyelsesområder rundt tiårsskriftet 2000. Forfatterne presiserer riktignok at inntektsforskjellene mellom beboere og fraflyttere ikke danner grunnlag for en klar klassifisering mellom ”velstående beboere” og ”fattige fraflyttere”. Settes inntektsforskjellene sammen med statistikk over utdanningsnivå i fornyelsesområdene (og dersom man tar hensyn til at studenter har lav inntekt, men er en ressurssterk gruppe), mener imidlertid Brattbakk og Dyb (2001:18) at tendensene kan beskrives som uttrykk for gentrifiering.

3.4 Dagens kontekst: Et utgangspunkt for analysen

I dette kapitlet har jeg vist at offentlige føringer har ligget til grunn for gentrifieringen i Oslo indre øst og på Grünerløkka. Både Wessel (1982) og Brattbakk og Dyb (2001) har skissert forbindelser mellom en offentlig rehabilitering av boligmassen i indre by og en påbegynt gentrifiering her. Videre har både Sæter og Ruud (2005) og Børrud (2005) fastslått at offentlige initiativer har lagt et betydningsfullt grunnlag for gentrifiering i disse områdene. ”De endringer som skjer i området (Oslo indre øst – min kommentar) i dag, kan lettere gjennomføres fordi området gjennom byfornyelsen har blitt stabilisert som et boligområde med akseptabel boligstandard” (Børrud 2005: 296). Byfornyelsen fremheves som et viktig grunnlag for nye beboergruppers interesse for å bo her. Videre har den dannet et attraktivt miljø for private investeringer i området.

Når det gjelder Grünerløkka spesielt er det flere tendenser som tyder på at gentrifieringen har slått tydelig rot her i dag. En beregning av andelen beboere med høyere utdanning på Grünerløkka (målt etter gamle bydelsgrenser, med tallmateriale fra Oslo kommune¹⁰) viser for eksempel relevante endringer i beboernes utdanningsnivå: Andelen med utdanning på universitet-/høyskolenivå i aldersgruppen 30–39 år var i 1991 12 % *lavere* enn byens

¹⁰ http://www.utviklings-og-kompetanseetaten.oslo.kommune.no/oslostatistikken/emnevis_statistikk/utdanning/ Nedlastet: 30.01.08. Bergeningene er basert på det følgende tallmaterialet: Oslo 1991: 37,10, og Grünerløkka 32, 60. Oslo 2006: 50, 30% og Grünerløkka 54,74%.

gjennomsnitt. I 2001 lå samme andel 9 % *over* byens gjennomsnitt. Jeg har innledningsvis i masteroppgaven også påpekt at Grünerløkka i dag omtales som et ”trendy” byområde i media. Børrud (2005) fremhever på sin side at endringsprosesser i bydelene Grünerløkka-Sofienberg og Tøyen-Grønland også har blitt forankret i det fysiske og visuelle miljøet her i dag. Mer spesifikt finner hun at en påbegynt gentrifikasjon har gitt utslag i endringer av virksomheter som henvender seg til det offentlige rommet i disse områdene.

Børrud (2005) finner de tydeligste uttrykkene for visualisert endring på virksomhetsnivå i øvre del av Grünerløkka og i Markveien. Her har for eksempel antall serveringssteder med skjenkebevilling økt fra 30 i 1995 til omtrent 60 i 2004 (Børrud 2005: 288). Videre kjennetegnes dette området i økende grad ved utvalg av designermøbler og -klær. Som skissert i teorikapitlet har det vist seg at private eiendomsaktører, i andre kontekster, har forsøkt å utnytte og bygge opp under lignende endringsprosesser i gentrifikasjonsstrøk i indre by. Dette har de gjort ved å innrette markedsføring og boligutvikling mot beboergrupper fra middelklassen. Børrud (2005) påpeker også at nye boligprosjekter og transformasjon av næringsbygg til boliger, utgjør en sentral virksomhet i studieområdet i dag. Siden 2001 har det blitt meldt om regulering eller igangsatt over 30 boligutbygginger på eller i randsonen til Grünerløkka/Sofienberg og Tøyen/Grønland (Børrud 2005: 293). Med utgangspunkt i dette og i nevnte endringer i Grünerløkkas boligmarked, næringsliv og omdømme, vil jeg i denne masteroppgaven undersøke hvorvidt og hvordan private eiendomsaktører også strategisk har forsøkt eller forsøker å forsterke påbegynte endringsprosesser på Grünerløkka.

Illustrasjon: Oppgraderinger i boligmassen.



Bilde3: Olaf Ryes Plass 6, 2009. Sammenlignet med bildene fra den samme gården i 1981/1982 (bilde 1 og 2) ser man at bygget er tydelig modernisert. Bilde 4: Olaf Ryes Plass 6. Stor, barnevennlig bakgård. Gårdsrommet fremstår som en kontrast til fortettingen som Bull (1962) omtaler i forbindelse med utbyggingen av Grünerløkka på 1890- tallet. Begge foto: Ida Andreassen.



Bilde 5: Toftesgate 61 på Grünerløkka, 1981/1982. Foto: Åsmund Lindal. Utlånt av Oslo Byarkiv. Bilde 6: Toftesgate 61 på Grünerløkka, 2009. Foto: Ida Andreassen.

Illustrasjon: "En søndag på Grünerløkka", 2008/2009.



Bilde 7: Flere butikker holder søndagsåpent. Bilde 8: Statsråd Kristin Halvorsen, blant andre, på handletur. Begge bildene er tatt i Thorvald Meyersgate, utfor grønnsakshandleren "Sultan". Begge foto: Ida Andreassen.



Bilde 9: Gjester i kø for å spise på Villa Paradiso, en pizzarestaurant ved Olaf Ryes Plass. Foto: Ida Andreassen.



Bilde 10: Kaféliv ved Olaf Ryes Plass. Foto: Ida Andreassen.

4. Analytisk utgangspunkt og metodiske tilnærminger

I dette kapitlet vil jeg forklare hvordan jeg har tilnærmet meg forskningsspørsmålene i denne masteroppgaven. I denne sammenheng har jeg basert meg på en kvalitativ og, nærmere bestemt, hermeneutisk tilnærming. En slik tilnærming innebærer at forskeren fortolker aktørers perspektiver og handlinger, for å oppnå en forståelse av sosiale fenomener (Thagaard 2003). En fortolkende tilnærming av sosiale fenomener vil imidlertid også være preget av forskers analytiske utgangspunkt og metodiske valg. I så måte må også han/hun reflektere og diskutere sin tilnærming og analyseprosess (Thagaard, 2003). Dette for at leseren skal kunne vurdere forskningsarbeidets kvalitet. Av denne grunn vil jeg redegjøre for det analytiske utgangspunktet og de metodiske valgene som har blitt foretatt i løpet av analysearbeidet. Først vil jeg fremlegge de grunnleggende perspektivene på kunnskap og fortolkning som ligger til grunn for analysen. I det resterende kapitlet vil jeg presentere datamaterialet og forklare hvordan jeg har gått frem for å analysere dette. Videre vil jeg utdype erfaringer med det kvalitative forskningsintervjuet og drøfte etiske dilemma som har oppstått i løpet av arbeidet med datainnsamling og analyse. Til slutt oppsummerer jeg kapitlet med en egen vurdering av analysearbeidets troverdighet og bekreftbarhet.

4.1 Sosialkonstruktivisme

Når en forsker søker innsikt i sosiale fenomener må han eller hun først ta stilling til hvordan han/hun kan oppnå en dypere forståelse av disse fenomenene: "(...) any claim to know raises philosophical questions about whether and how such claims are warranted" (Graham 1997: 8). På grunnlag av dette vil jeg starte kapitlet med å redegjøre for de epistemologiske perspektivene som ligger til grunn for analysen i denne masteroppgaven. Med andre ord vil jeg avklare hvilke perspektiver på kunnskap, sannhet og vitenskap som legges til grunn for analysen.

I denne sammenheng tar jeg utgangspunkt i et postmodernistisk og sosialkonstruktivistisk perspektiv på kunnskap, sannhet og vitenskap. Postmodernismen danner et idemessig bakteppe for sosialkonstruktivismen (Burr 1995). Felles for disse perspektivene er imidlertid

en kritisk innstilling til modernistenes søken etter universelle sannheter og underliggende strukturelle føringer innen samfunnsvitenskapen (Burr: 1995). I motsetning til modernister vil postmodernister og sosialkonstruktivister forfekte at all kunnskap og sannhet er sosialt konstruert: "Postmodernism as method calls into question that anyone can know the world as it exists apart from the systems of signification through it is described and understood (Aitken 1997). Aktører og aktørgruppers fortolkning av virkeligheten, og deres handlinger, må derfor analyseres ved et fokus på deres fortellinger og diskurser. Videre ut fra deres tilhørighet i kulturelle grupperinger og i andre meningsfellesskap. På et overordnet nivå oppsummerer Burr (1995: 3–5) fire sosialkonstruktivistiske premisser som ligger til grunn for, og aktualiserer, denne typen tilnærminger:

1. En kritisk innstilling til kunnskaps- og vitenskapsbegrepet. Det finnes ikke en selvfølgelig og objektiv kunnskap, vitenskap eller sannhet.
2. Menneskenes forståelser er historisk og kulturelt betinget. Måten vi fortolker og representerer virkeligheten på kunne vært annerledes i en annen kulturell eller historisk setting.
3. Sannhet og kunnskap etableres, formidles og opprettholdes gjennom sosiale relasjoner og prosesser. Kunnskap er menneskeskapt og skiftende. Det pågår en kontinuerlig forhandling om hva som kan defineres som rett og galt.
4. Sannhet og kunnskap kan definere hvilke handlinger som legitimeres i en historisk eller kulturell kontekst. Definisjoner av hva som er rett og galt legger også føringer på sosial praksis: "Descriptions or constructions of the world therefore sustain some patterns of social action and exclude others" (Burr 1995:5).

De overnevnte premissene tilsier også at forsker ikke kan avdekke objektive eller universelle sannheter når hun/han fortolker en tekst eller et handlingsmønster. Ettersom kunnskap og sannhet tenkes å være sosial produsert blir det imidlertid relevant å kartlegge og analysere ulike aktører og aktørgruppers diskurser om ulike samfunnsfenomener (Aitken 1997). Intensjonen med slike tilnærminger er å avdekke hvorvidt visse forståelser og perspektiver vinner frem over andre forståelser og perspektiver. På denne måten kan man gjøre *eksplisitt*

den *implisitte* sosiale produksjonen av kunnskap i samfunnet (Aitken 1997: 211).

Relevansen av dette fremstår kanskje tydeligst av Burr (1995: 5) sitt fjerde premiss som omhandler et samspill mellom dominerende sannheter og kunnskaper i samfunnet, og aktørers handlinger: ”(...) each different construction also brings with it, or invites, a different kind of action from human beings”.

I *denne* masteroppgaven har jeg ut fra det sosialkonstruktivistiske perspektivet konsentrert meg om eiendomsmevleres og -utvikleres eventuelle forsøk på å tillegge Grünerløkka en distinkt mening og funksjon i Oslos boligmarked. Dette gjør jeg fordi jeg oppfatter at eiendomsaktørene er en innflytelsesrik gruppe i by- og stedsutviklingen. Ved utgangspunkt i sosialkonstruktivistiske perspektiver vil jeg undersøke om eiendomsaktørene kan sies å bygge opp under noen dominerende representasjoner av – eller diskurser om Grünerløkka. Jeg har tidligere definert en dominerende diskurs om et sted som en kollektiv *stedsrepresentasjon* i tråd med Hunts (2002: 323) definisjon: ”(...) a commonsense public understanding and explanation for the physical space, social relationships and economic exchanges associated with the place in question”. Mer generelt definerer Graham (1997: 11) en dominerende diskurs som ”(...) a way of thinking, writing and speaking which incorporates claims to be *the only valid* way of thinking, writing and speaking (...)”.

Med andre ord undersøker jeg om eiendomsaktørene på Grünerløkka mer eller mindre bevist prøver å legitimere noen ”allmenne” oppfattelser av Grünerløkka ved å definere og fremstille stedet på en selektiv måte. Videre har jeg implementert et fokus på eiendomsutvikleres utbyggingsstrategier i denne sammenheng. Eiendomsaktørene tenkes å kunne påvirke en allmenn oppfattelse av steder ved en konstruksjon av et symbolsk landskap (jamfør Lefebvre 1991). Dersom eiendomsaktørene klarer å legitimere noen allmenne oppfattelser av Grünerløkka, kan de også komme til å påvirke beboergruppers handlinger, og den sosiale geografien her, sett fra et sosialkonstruktivistisk perspektiv. Denne analytiske innfallsvinkelen innebærer tre fortolkningsnivå. Disse vil jeg avklare og diskutere nærmere med utgangspunkt i Alvesson & Sköldbberg (1994) sin redegjørelse for tre hermeneutiske nivåer av fortolkning

4.2 Tre fortolkningsnivåer

Som tidligere nevnt vil jeg basere meg på hermeneutiske ideer om fortolkning av tekst og sosiale handlinger. Når det gjelder hermeneutikkens grunnleggende ideer kan disse spores til renessansens fortolkning av klassiske tekster – da spesielt bibeltekster. Her ble det fastslått at ”meningen hos en del (av teksten) endast kan forstås om den sätts i samband med helheten” (Alvesson & Sköldberg 1994: 115)”. Etter hvert har imidlertid hermeneutikkens grunnideer blitt overført til samfunnsvitenskapelig forskning, og i forlengelsen av dette har også teorier om fortolkning blitt videreutviklet. I denne sammenheng diskuterer Alvesson og Sköldberg (1994) tre mulige nivåer av fortolkning som også blir relevante i denne masteroppgaven.

En *enkel hermeneutikk* omhandler individers fortolkning av sin egen subjektive og kulturelle virkelighet eller situasjon (Alvesson & Sköldberg 1994). En *dobbel hermeneutikk* tar i tillegg høyde for at også forskeren fortolker studieobjektets oppfattelse av seg selv, sin omverden og sine handlinger (Alvesson & Sköldberg 1994). Det foregår en dobbel hermeneutikk nå forskeren forsøker å forstå og utvikle kunnskap om studieobjekters virkelighet. I dette ligger det at forsker fortolker en virkelighet som allerede er fortolket av menneskene man studerer. Videre går det frem av en dobbel hermeneutikk at forskeren også er preget av en forforståelse i sin fortolkning av andre individers perspektiver og handlinger. I denne sammenheng er det for eksempel relevant å avklare at også *jeg* preges av noen forutinntatte oppfattelser av de private eiendomsaktørenes involvering i boligmarkedet på Grünerløkka. Dette kommer for eksempel av at jeg har bodd i Bydel Grünerløkka i fire år, og har fulgt utviklingen her siden jeg flyttet til Oslo for seks år siden. Videre har jeg for eksempel blitt eksponert for andres aktørers oppfattelser av eiendomsaktørers rolle i boligmarkedet. I tillegg er jeg også påvirket av perspektiver på eiendomsaktørers rolle i gentrifiseringen fra lesning om tematikken innen bygeografisk faglitteratur.

Til slutt omtaler også Alvesson og Sköldberg (1994) en *trippel hermeneutikk*. Denne typen fortolkning betegnes som en mer kritisk tilnærming, hvor forskeren også fortolker ”(...) de strukturer och processer som på olika sätt påverkar såväll undersökningssubjektens som forskarans sätt att til synes fritt tolka sin situation respektive undersökningstemat”. På dette

fortolkningsnivået er forskeren observant på en situasjon hvor både informanten og forskerens tilhørighet i et særskilt miljø spiller inn på hans/hennes oppfattelse av virkeligheten, og hans/hennes fremstilling av virkeligheten. Her inngår altså et nytt fortolkningsnivå som integrerer et fokus på mer underliggende strukturelle føringer i samfunnet, hvor intensjonen altså er å avdekke en implisitt sosial produksjon av kunnskap. Dette er i tråd med en sosialkonstruktivistisk tankegang som ble presentert ovenfor.

I likhet med Aitken (1997) fastslår også Alvesson og Sköldberg (1994) at forskeren i enda større grad må diskutere og problematisere at han/hun selv opererer innen noen kulturelt distinkte diskurser når han/hun retter et fokus på intervjuobjektene diskurser og fortellinger. I denne analysen innebærer dette en anerkjennelse av at jeg baserer meg på noen forutinntatte antagelser om eiendomsaktørens rolle i Grünerløkkas stedsutvikling. Videre er det også relevant at jeg baserer meg på en oppfattelse av at eiendomsaktører kan bygge opp under gentrifisering ved valg av visse markedsførings- og utbyggingsstrategier. I så måte kan det sies at jeg baserer meg på noen forutinntatte perspektiver på eiendomsaktørens rolle i byutviklingen. På denne måten konstruerer også *jeg* en fortelling om eiendomsaktøres rolle i boligmarkedet i denne masteroppgaven.

Både Aitken (1997) og Alvesson & Sköldberg (1994) fastslår imidlertid at forskeren kan utvikle et legitimt utgangspunkt for fortolkning av fortellinger og diskurser dersom han/hun er åpen om egne perspektiver og motiver. Videre mener de det er en forutsetning for analysens kontekstfølsomhet at forskeren er observant på sine forutinntatte perspektiver. Med utgangspunkt i dette vil jeg etterstrebe en *abduktiv tilnærming* i denne masteroppgaven. I dette ligger det at "(...) etablert teori representerer et utgangspunkt for forskningen, og analyse av mønstre i dataene gir grunnlag for nye teoretiske perspektiver" (Thagaard 2003: 177). De konkrete analytiske valgene som forskeren foretar i løpet av datainnsamlingen og i analysearbeidet, og de relasjoner som oppstår i intervjusituasjonen, preger imidlertid også datamaterielt og funnene i masteroppgaven. Dette vil jeg diskutere i det følgende.

4.3 Datamateriale og analyse

Datamaterialet¹¹ i denne masteroppgaven er basert på intervjuer med 15 eiendomsaktører som har vært eller er involvert i Grünerløkkas boligmarked. Mer spesifikt har alle intervjuene blitt tatt opp på båndopptaker og deretter transkribert. Etter transkriberingen har jeg kartlagt og analysert råmaterialet. Jeg har da først identifisert og analysert helhetlige fortellinger om Grünerløkkas stedsutvikling i kapittel 5. Dette har jeg gjort for å få et innblikk i informantenes oppfattelse av stedsutviklingen, i tråd med sosialkonstruktivistiske perspektiver på sannhet og kunnskap. Ved å undersøke hvordan aktører forteller om et fenomen eller en hendelse over tid kan man, i følge Thagaard (2003), oppnå innsikt i informantens grunnleggende oppfattelse av fenomenet og dets årsakssammenhenger. Med andre ord kan forskeren oppnå en innsikt i informantens tankegang og perspektiver. I denne sammenheng har jeg undersøkt hvilke hendelsesforløp eiendomsaktørene fremhever i fortellinger om Grünerløkkas stedsutvikling. Videre har jeg analysert hvordan de omtaler forskjellige faser. Ved et blikk på plottet, eller den røde tråden, i fortellingene har jeg analysert hvorvidt eiendomsaktørene kan sies å være kjent med årsaker til og forløpet i en gradvis gentrifisering. Videre har jeg analysert hvorvidt det fremgår noen budskap om hvilke strategier som er mer eller mindre hensiktsmessige i dagens boligmarked. Også Coffey og Atkinson (1996) fastslår at det kan fremgå hvilke handlinger informanten oppfatter som logiske eller mindre logiske, ved en analyse av fortellingene deres.

I kapittel 6 og 7 har jeg rettet fokuset på eiendomsaktørenes markedsførings- og utbyggingsstrategier i Grünerløkkas boligmarked. I denne sammenheng har jeg kartlagt og analysert eiendomsaktørenes beretninger om strategier. Dette for å få et innblikk i deres fokusområder innen markedsføring og utbygging på henholdsvis 1990-tallet og 2000-tallet. Videre diskuterer jeg hvorvidt eiendomsaktørene kan sies å ha bygget opp under gentrifisering på Grünerløkka, basert på en fortolkning av disse strategiene. Her inngår den

¹¹ Thagaard (2003) problematiserer betegnelsen "data" og "datamateriale" i forbindelse med fortolkende kvalitative studier. Dette fordi begrepene gir inntrykk av at forsker forholder seg til et mer eller mindre objektivt materiale, "noe som er gitt 'der ute', utenfor forskers forståelse av den virkelighet som studeres" (Thagaard 2003:27-28). Innen kvalitative, fortolkende studier er dataene preget av "måten forsker forstår de observasjoner og utsagn hun eller han har tilgang til". Thagaard (2003) mener imidlertid at begrepene "data" og "datamateriale" kan benyttes ved kvalitative fortolkende studier dersom forsker anerkjenner slike begrensninger ved betegnelse "data" og "datamateriale".

tripple hermeneutikken, altså et mer kritisk fortolkningsnivå i analysen. I denne sammenheng er fortolkningen av eiendomsaktørenes rolle i gentrifiseringen basert på en analyse av eiendomsaktørenes fremstilling av Grünerløkka og deres innretning mot visse målgrupper i forbindelse med boligutbygging.

Intervjumaterialet ligger hovedsakelig til grunn for analysen. Alle sitater som refereres fra intervjuene er i denne sammenheng hentet fra transkriberte båndopptak. Thagaard (2003) argumenterer for bruk av båndopptaker og transkriberte utdrag av intervjumaterialet fordi slike data vil være mer "(...) uavhengige av forskers oppfattninger enn notater, hvor forsker rekonstruerer utsagn og hendelser" (Thagaard, 2003: 178). I noen tilfeller har jeg imidlertid foretatt justeringer i setningsoppbygningen i sitatene for å gjøre sitatene tydeligere for leseren. Intervjuobjektene presenteres i begynnelsen av det første analysekapitlet, under punkt 5.1. Jeg skal også utdype erfaringer fra intervjusituasjonen i neste underkapittel. Jeg har imidlertid også til en viss grad supplert analysen med utdrag fra noen strategiske dokumenter, og med notater fra noen observasjoner. Jeg vil derfor først utdype grunnlaget for- og betydningen av dette datamaterialet.

4.3.1 Supplerende kilder: Observasjon og dokumentanalyse

Thagaard (2003) fastslår at observasjon er en velegnet metode med hensyn til studier som omhandler et samspill mellom aktuelle studieobjekter. Dette fordi observasjoner åpner for at forskeren kan observere mer spontane handlingsmønstre. "Når forskeren deltar på linje med informanten, og samtidig observerer, får hun eller han et særlig godt grunnlag til å forstå den sosiale sammenhengen som personene inngår i" (Thagaard 2003: 12). Av denne grunn hadde jeg også planlagt å foreta flere observasjoner av eiendomsaktører på boligvisninger. Det ble imidlertid vanskelig å realisere dette. For det første opplevde noen meglere ubehag ved tanken på å bli observert. For det andre bidro et synkende boligmarked til at enkelte visninger, hvor jeg hadde avtalt observasjon, ble avlyst. Av denne grunn ble det kun gjennomført fire observasjoner (tre i bruktboligmassen og en i nybygg).

Observasjonene har likevel vist seg å være verdifulle som del av datamaterialet i studien, og jeg henviser derfor til disse i *vedlegg nummer tre*. For det første har det vært hensiktsmessig å observere eiendomsmeglernes og eiendomsutviklernes markedsføringsstrategier i praksis. Da særlig deres kommunikasjon om stedet. Videre har det vært et gjennomgående trekk ved

observasjonssituasjonen at eiendomsaktørene har henvendt seg til meg i perioder uten kunder. I denne sammenheng har de for eksempel forklart og eksemplifisert hvilke trekk ved boligene som er attraktive og for hvem boligene er attraktive. Videre har de forklart hvordan noen boliger markedsføres i forhold til andre boliger i andre deler av Grünerløkkaområdet. Ettersom jeg også hadde intervjuet de samme meglerne på forhånd ble denne dialogen naturlig. Videre bar disse samtaleene preg av en mer avslappet dialog hvor megler i større grad styrte samtalen, i kontrast til intervjusituasjonen hvor jeg ledet samtalen. I så måte har også observasjonene fungert som et heldig supplement i fortolkningen av eiendomsaktørenes perspektiver og strategier.

Når det gjelder analysen av strategiske dokumenter var det heller ikke enkelt å få tilgang på slike kilder. Dette er interne dokumenter som eiendomsaktører ikke nødvendigvis har vært interessert i å offentliggjøre. Jeg har imidlertid fått tilgang til strategiske dokumenter som har ligget til grunn for utviklingen av Waldemars Hage – byggetrinn en og byggetrinn to, hvor disse også refereres i *vedlegg nummer tre*. Disse har da også supplert analysen av eiendomsutvikleres strategier og visjoner. Thagaard (2003) fremhever at dokumentanalyser kan fungere som et hensiktsmessig supplement til intervjuer ettersom forskeren da ikke har en direkte innflytelse på tekstens utforming. Til forskjell fra intervjumaterialet og observasjonene er ikke foreliggende dokumenter i denne oppgaven påvirket av forskerens tilstedeværelse. Coffey og Atkinson (1996) presiserer at denne typen dokumenter heller ikke er objektive. De fleste dokumenter er utarbeidet for bestemte formål, med tanke på en leser. Ettersom det nettopp har vært en intensjon å bli kjent med eiendomsaktørers oppfattelser, fortolkninger og strategier, vurderes imidlertid dokumentene som relevante supplement til intervjuene. Nå vil jeg imidlertid utdype trekk ved det kvalitative forskningsintervjuet, og erfaringer med dette, da intervjuene hovedsaklig ligger til grunn for analysen.

4.4 Det kvalitative forskningsintervjuet

Når det gjelder det kvalitative intervjuet kan dette betegnes som en "(...) en samtale mellom forsker og informant, som styres av de temaene forskeren ønsker informasjon om" (Thagaard 2003: 85). Denne typen intervju kjennetegnes ved en åpenhet for informantere

innspill og refleksjoner, samtidig som tema for samtalen er forhåndsbestemt av forskeren. Intervjuene kan i så måte betegnes som delvis strukturerte. I så måte har denne intervjuformen vært en hensiktsmessig metodisk tilnærming i dette prosjektet. For det første ønsket jeg å tilrettelegge for at informantene kunne fremlegge lengre resonnementer og uavbrutte fortellinger om stedsutviklingen på Grünerløkka. Dette som grunnlag for fortellingsanalysen i kapittel 5. I tillegg var det en intensjon å lede samtalen inn på forhåndsbestemte tema vedrørende eiendomsaktørenes markedsførings- og utbyggingsstrategier. Dette som grunnlag for en analyse av eiendomsaktørenes involvering i gentrifiseringen.

For å få innsikt i både oppfatninger av Grünerløkkas stedsutvikling og strategier, har det vært nødvendig at intervjuene har hatt en viss varighet. Her er det variasjoner i intervjuenes lengde. Det korteste varte 40 minutter og det lengste i to og en halv time. Gjennomsnittlig har imidlertid intervjuene vart i en og en halv time. Dette har da gitt rom for både fortellinger og svar på spørsmål angående strategier. Ettersom intervjusituasjonen i stor grad er preget av forskers metodiske valg og vurderinger, og relasjonen mellom forsker og intervjuobjekt, er det imidlertid flere faktorer som kan virke inn på datamaterialets innhold og kvalitet (Thagaard 2003). Av denne grunn vil jeg også redegjøre for avveininger og utfordringer som har oppstått i løpet av datainnsamlingen, slik at leseren kan vurdere datamaterialets kvalitet og troverdighet.

4.4.1 Rekruttering av intervjuobjekter

En første utfordring i prosjektet var å få tilgang til relevante intervjuobjekter. Utvelgelsen av informanter var i første omgang basert på en strategisk utvelgelse av tilgjengelige informanter. Denne tilnærmingen til informanter kjennetegnes ved at forsker innretter rekrutteringen av informanter med utgangspunkt i noen forestillinger om hvilke egenskaper informantene bør kjennetegnes ved (Thagaard 2003). Videre velges de ut fra den tilgjengeligheten de har for forskeren. I denne sammenheng kontaktet jeg eiendomsmeglere- og utviklere som opererte i dagens boligmarked på Grünerløkka over e-post og telefon. Kontakt over e-post resulterte imidlertid kun i ett intervju. Videre ble jeg møtt med skepsis i forbindelse med telefonforespørsler. Ved flere tilfeller opplevde jeg for eksempel at ansatte som tok telefonen takket nei på vegne av hele meglerkontoret eller utbyggerfirmaet, før jeg

fikk forklart og utdypet prosjektet. I kontrast til Thagaard (2003: 57) sin beskrivelse av ”døråpnere”, hvor betegnelsen beskriver personer som gir adgang til informanter, kan det sies at jeg møtte mange ”dørlukkere”.

En gradvis forståelse av årsakene til denne skepsisen (som i stor grad viste seg å være knyttet til *UNIK Grünerløkka*¹² sin kritikk av private eiendomsaktørers rolle i stedsutviklingen på Grünerløkka) gjorde imidlertid at jeg ble mer forberedt på å ”forsvare” prosjektet. Dette til tross, flere aktuelle informanter vurderte fortsatt at de var for travle til at de kunne prioritere intervjuet. Et par eiendomsmeglere og eiendomsutviklere sa seg imidlertid villige til å delta. Videre skulle også flere si seg villige når boligmarkedet begynte å stagnere i løpet av sommeren 2008 og det ble mindre travelt på jobb. Etter hvert som strategiene for datainnsamlingen også ble endret fra en strategisk utvelgelse av tilgjengelige informanter til snøballmetoden, forløp også datainnsamlingen så å si problemfritt. Vendingen til snøballmetode ble i utgangspunktet foretatt fordi jeg på det tidspunktet ikke hadde fått belyst problemstillingene godt nok med det foreløpige datamaterialet.

4.4.2 Vurdering av metningspunkt

Betegnelsen ”metningspunkt” viser til en situasjon hvor ”(...) studier av flere enheter ikke synes å gi ytterligere forståelse av de fenomenene som studeres” (Thagaard 2003: 56). Som allerede påpekt baserte jeg meg i utgangspunktet på en strategisk utvelgelse av tilgjengelige informanter som opererte i Grünerløkkas boligmarked for å besvare problemstillingene. Det skulle imidlertid vise seg at disse informantene hadde mindre innsikt i stedsutviklingen og eiendomsaktørers involvering i stedsutviklingen over tid enn det jeg hadde forventet. I denne sammenheng ble metningspunktet i utvalget nådd på et tidligere tidspunkt enn forventet.

¹² UNIK Grünerløkka er en nabolagsstiftelse som ble opprettet 11. Mai 2007, for å motvirke det de oppfattet som en ensretting i det næringsmessige og kulturelle tilbudet på Grünerløkka. I denne sammenheng forfekter de for eksempel at (...)eksplosjonen av kjedebutikker, eiendomsmeglere og storkiosker i kombinasjon med uansvarlige gårdeiere som kun tenker profitt og ikke langsiktig byplanlegging, fører til en forflatning av bybildet” (<http://www.unikoslo.no/> Nedlastet 10.08.09). I denne sammenheng har også lokale eiendomsmeglere fått mye kritikk i media, og på debattmøter.

For å besvare spørsmålet om hvorvidt eiendomsmeglere- og utviklere hadde etterstrebet å bygge opp under gentrifisering over en lengre tidsperiode, valgte jeg å utvide informantgruppen med eiendomsaktører som også hadde vært involvert i Grünerløkkas boligmarked på et tidligere tidspunkt. Med andre ord valgte jeg å supplere analysen med en ny kategori av informanter. Denne kategorien av informanter består av eiendomsmeglere og eiendomsutviklere som i større grad er kjent med- og har vært involvert i Grünerløkkas boligmarked over lengre tid. Mer spesifikt kategoriseres denne informantgruppen som ”gamle travere” i analysedelen, mens den første informantgruppen betegnes som ”nykommere”. Det må presiseres at *gamle travere* ikke har blitt implementert som følge av intensjoner om å sammenligne mellom informantgruppene. Kategoribaserte utvalg i kvalitative studier er basert på forskerens utvalg av et fåtall informanter. Dette legger *ikke* grunnlag for generalisering ut fra en gruppe informanter (Thagaard 2003). Valget om å implementere *gamle travere* som kategori har imidlertid vært basert på intensjoner om å få inn en tidsdimensjon i besvarelsen av problemstilling nummer 2 i masteroppgaven. Dette for å få innblikk i noen eiendomsaktørers perspektiver og strategier på ulike tidspunkt.

For å komme i kontakt med eiendomsaktører som hadde vært involvert i Grünerløkkas boligmarked på et tidligere tidspunkt, eller over lengre tid, spurte jeg om noen av de andre informantene mine kunne tipse meg om navn på slike aktører. Videre valgte jeg å følge opp noen av disse anbefalingene. På grunnlag av dette kan det da sies at en strategisk utvelgelse av tilgjengelige informanter ble erstattet med ”snøballmetoden”. Med snøballmetoden menes det at forsker benytter informanternes tips om andre aktuelle og relevante informanter, for å nå frem til relevante intervjuobjekter (Thagaard 2003).

Med tanke på konfidensialitetsprinsippet innen kvalitativ forskning kan denne strategien være en problematisk side ved datainnsamlingen og analysen i denne masteroppgaven. Informanternes henvisninger til andre aktuelle informanter gjør det mulig for dem å resonnerer seg frem til hvem noen av de anonymiserte informantene er. Jeg valgte imidlertid å følge dette sporet ettersom snøballmetoden åpnet dører som ellers ville vært stengt, og på denne måten bidro til et bredere informasjonsgrunnlag. Jeg vil komme tilbake til flere etiske vurderinger som ble foretatt underveis i datainnsamlingen, og hvordan jeg har vurdert og håndtert disse, i slutten av kapitlet. Før jeg utdyper dette vil jeg også gjøre rede for erfaringene fra intervjusituasjonen.

4.4.3 Intervjusituasjonen

Det eksisterer mange utfordringer knyttet til intervjusituasjonen og relasjonen mellom forsker og intervjuobjekt. Som jeg allerede har påpekt i redegjørelsen for hermeneutikken vil forskeren være preget av en forforståelse. Forskeren må videre være bevisst på sin forforståelse slik at han/hun ikke påvirker informanten i en bestemt retning. Jeg har vært observant på dette i løpet av intervjuene, og etterstrebet åpne spørsmål uten føringer. Når det gjelder den konkrete relasjonen mellom informant og forsker kan det imidlertid også oppstå noen situasjoner som kan påvirke informantens utspill (Thagaard 2003). Dette som følge av forskerens posisjon i forhold til informanten. Dersom informanten opplever ubehag eller nervøsitet kan fortellingene bli anstrengte og tilpasset det som informanten tror er forventet fra forskerens side. Det er en mulighet for at en slik situasjon kan oppstå da intervjusamtalen ofte bærer preg av ujevne maktforhold mellom forsker og informant (Kvale 1997: 13). Intervjuer bestemmer samtalens tema og forløp. Det kan imidlertid gjøres noen grep for å forebygge informantens opplevelse av ubehag ved denne situasjonen. Jeg har selv foretatt slike grep.

En første situasjon som var forventet å kunne skape ubehag var bruken av båndopptaker under intervjuene. Alle informantene samtykket imidlertid til bruk av båndopptaker, og ingen av dem ga synlig uttrykk for å være berørt av dette i løpet av intervjuene. Ut fra dette oppfatter jeg ikke at båndopptaket har vært et problem med hensyn til datamaterialets innhold og kvalitet. Når det gjelder relasjonen mellom meg og informantene har jeg etterstrebet en likeverdig dialog ved å ikke avbryte informantene i deres resonnementer. Videre har jeg latt informantene bestemme hvor intervjuet skulle foregå. Samtlige valgte å møte meg på egne kontorer eller møterom. I denne sammenheng kan det sies at jeg har møtt informantene i kjente og ”trygge” omgivelser. Jeg har imidlertid basert meg på et kriterium om at intervjuet skulle foregå på tomannshånd, for at ikke svarene skulle bli preget av medarbeideres nærvær.

Det er i intervjuer også viktig å skape en fortrolighet mellom forsker og informant for at informanten skal svare ærlig og utdypende (Kvale 1997, Thagaard 2003). I denne sammenheng har jeg møtt noen utfordringer. Fra starten vurderte jeg at direkte spørsmål om strategier kunne utløse en mistanke om at jeg var ”nok en kritiker” i henhold til debatten om

kommersielle aktørers rolle i stedsutviklingen på Grünerløkka. Dette sett i lys av den overnevnte offentlige debatten om private eiendomsaktørers rolle i stedsutviklingen. Jeg startet derfor flere av intervjuene med å avklare en forståelse for private eiendomsaktørers grunnleggende ambisjoner om å oppnå profittmaksimering. Dette tenkes å ha bidratt til mer åpenhet og fortrolighet blant informanter som kan ha vært skeptiske til prosjektet.

Det oppsto imidlertid en annen utfordring i intervjusituasjonen, som jeg var mindre forberedt på. Som nevnt var eiendomsaktørene i dagens boligmarked mindre kjent med endringsprosesser på Grünerløkka på 1990-tallet enn forventet. Dette virket i noen tilfeller å resultere i ubehag og en tilbakeholdenhet blant disse informantene. En av dem snudde for eksempel spørsmål om endringsprosesser tilbake til meg. Videre ga den samme informanten uttrykk for en oppfatning av at min kompetanse og innsikt i stedsutviklingen var overordnet hans egen kunnskap og kompetanse, og at det derfor var unaturlig å svare. I så måte oppfatter jeg at det oppsto et ujevnt maktforhold i intervjusituasjonen fordi noen av informantene oppfattet at jeg spurte dem om tema som jeg selv visste svaret på. Dette var uheldig fordi jeg var interessert i å få innblikk i informantenes fortolkninger av stedsutviklingen. Etter å ha opplevd dette for første gang ble jeg imidlertid mer observant på denne situasjonen, og fikk i større grad understreket verdien av et innblikk i deres perspektiver og erfaringer. Videre ble jeg oppmerksom på å gi positive tilbakemeldinger på informantens utspill og perspektiver med oppmuntrende nikk og oppfølgende spørsmål. Thagaard (2003: 86) betegner denne typen tilbakemeldinger som ”prober”. Disse signaliserer at intervjueren er interessert i og ønsker å vite mer om det informanten forteller om.

4.5 Etiske dilemma

For å unngå at informantene mine skal oppleve problemer knyttet til gjenkjenning har jeg anonymisert dem. Jeg ønsker å beskytte informantene dersom noen av deres utspill eller perspektiver kan oppfattes negativt av arbeidsgiver eller potensielle kunder. Dette gjelder for både informantene i intervjuene og meglere jeg har fulgt på boligvisninger. Det er imidlertid et overordnet etisk dilemma i denne oppgaven at noen av informantene kan gjenkjenne hverandre, til tross for anonymisering. Dette fordi jeg delvis har benyttet meg av snøballmetoden i forbindelse med rekrutteringen av informanter. Videre ved at deres omtale

av boligprosjekter og salgsstrategier kan skape gjenkjennelse blant personer i fagmiljøet. Jeg har imidlertid forsøkt å forhindre dette ved å ikke utdype mange spesifikke trekk ved informantene i presentasjonene i kapittel 5.

I løpet av intervjuene opplevde jeg imidlertid et mer uventet etisk dilemma. Noen av informantene ønsket helt konkret å fremstå med personnavn og firmanavn da de oppfattet at bidraget deres kunne fungere som positiv reklame for deres selskap og meglerkontor. Dette ga meg et dilemma med hensyn til det informerte samtykket. Slike utspill kunne gi inntrykk av at aktørene ikke var inneforstått med mitt fokus på en eventuell fortrenkning av opprinnelige beboere og brukere i tilnærmingen til eiendomsaktørens praksis i eiendomsmarkedet. Med utgangspunkt i Kvale (1997) sin definisjon av informert samtykke kan det kanskje sies at jeg burde gitt en mer inngående og detaljert informasjon om fokuset i masteroppgaven:

Informerat samtykke betyr att man informerar undersökingspersonerna om undersökningens generella syfte, om hur undersökningen är upplagd i stort och om vilka risker och fördelar som kan vara förenade med deltagande i forskningsprojektet (Kvale 1997: 107).

Kvale (1997) presiserer imidlertid at forskeren må foreta en vurdering av hvor mye informasjon som skal gis til informanten, av hensyn til råmaterialet som skal hentes ut av undersøkelsen. Informanten må motta nok informasjon om undersøkelsen til å kunne vurdere sin deltagelse og konsekvenser av denne. Videre poengterer imidlertid Kvale (1997) at ulempen ved inngående redegjørelser for forskerens forforståelse og innfallsvinkel kan være at dette i stor grad påvirker svarene, og at datamaterialets kvalitet svekkes av denne grunn. Etter en vurdering valgte jeg derfor ikke å opplyse mer inngående om fokuset på sosial fortrenkning i analysen av eiendomsaktørenes strategier. Kjennskapen til UNIK Grünerløkka sin kritikk av eiendomsmeglere og -utviklere var også en utslagsgivende årsak til dette. I verste fall kunne dette svekke informantenes interesse for å stille opp til intervju.

En uheldig konsekvens av mindre inngående redegjørelser kan være at forskerens fortolkning kan oppleves som støtende eller urettferdig (Thagaard 2003). Forskeren kan imidlertid ikke redegjøre for de fortolkningene og forståelsene han eller hun vil utvikle i løpet av forskningsprosessen før analysearbeidet er igangsatt. En tydelig redegjørelse for hva som er informantens forståelse og hva som er forskerens fortolkning av dette, kan redusere

informantenes opplevelse av å bli fremstilt med meninger som han/hun ikke er komfortabel med. Jeg vil derfor være ekstra observant på å skille mellom mine egne fortolkninger og informantenes sitater og utspill i analysedelen. Videre har jeg basert meg på en grunnleggende forståelse av eiendomsaktørenes overordnede mål om profittmaksimering, som følge av trekk ved deres yrke. Det har derfor ikke vært min intensjon å vurdere hvorvidt eiendomsaktørene opptrer ”riktig” eller ”galt”.

4.6 Vurdringskriterier: troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet

Begrepene reliabilitet, validitet og generalisering, som legges til grunn for vurderinger av kvantitative studiers kvalitet, kan i kvalitative studier erstattes av argumenter for analysens *troverdighet*, *bekreftbarhet* og *overførbarhet* (Thagaard 2003). Analysens *troverdighet* omhandler hvorvidt forskningen har blitt gjennomført på en tillitsvekkende måte. Argumenter for forskningsarbeidets *bekreftbarhet* dreier seg om kvaliteten på fortolkningen som har blitt foretatt. Til slutt omhandler analysens *overførbarhet* hvorvidt funnene kan være relevante i andre kontekster. Dette siste punktet vil jeg drøfte i oppgavens avsluttende kapittel. Når det gjelder analysens troverdighet og bekreftbarhet har jeg diskutert disse vurderingskriteriene i dette kapitlet. Jeg vil imidlertid oppsummere hovedtrekkene i den påfølgende diskusjonen.

Når det gjelder analysens troverdighet har jeg bygget opp under denne ved en redegjørelse for hvordan analysen og funnene har blitt utviklet i løpet av arbeidet med masteroppgaven. Graham (1997: 29) mener at forsker også må gjøre rede for grunnleggende vitenskapsteoretiske perspektiver i denne sammenheng: ”(...) answers to research questions need justification. (...) philosophical and theoretical choices form part of that justification, along with the details of empirical evidence (or data) collected”. Ut fra dette har jeg først redegjort for et analytisk utgangspunkt i en sosialkonstruktivistisk tankegang. Dette fokuset, sammen med Lefebvre (1991) og Hunt (2002) sine perspektiver, har aktualisert et fokus på språk og makt i by- og stedsutviklingen. Videre har jeg gjort rede for valg av datamateriale og intervjumetode, rekruttering av informanter, metodiske vurderinger og valg som har blitt foretatt underveis i feltarbeidet, min posisjonering i forhold til informanten. På denne måten

har jeg etterstrebet å gi leseren et grunnlag for å vurdere hvordan datamaterialet, analysen og funnene er utarbeidet i løpet av arbeidet med denne masteroppgaven.

Når det gjelder analysens bekreftbarhet er det ikke en intensjon å argumentere for at funnene mine er ”sanne”. Forsøk på å fastslå universelle sannheter ville stride med det sosialkonstruktivistiske perspektivet på kunnskap som ble presentert innledningsvis. Funn og fortolkninger som presenteres i det påfølgende kapitlet vil være begrenset til den spesifikke konteksten og noen utvalgte intervjuobjekters perspektiver på et gitt tidspunkt. Videre vil også min egen forforståelse og innfallsvinkel virke inn på fortolkningene og funnene i analysen. Jeg har imidlertid etterstrebet en åpenhet for nye perspektiver i løpet datainnsamlingen og analysearbeidet ved å være bevisst min forforståelse. Med andre ord har jeg reflektert over konsekvenser av min posisjonering ovenfor informantene og min egen innflytelse på datamaterialet og analysen, noe som er i tråd med Thagaards (2003: 183) argumentasjon for dette: ”I kvalitative studier kan metodisk refleksjon være et viktigere og mer relevant krav enn replikasjon”.

Det hadde vært ønskelig å supplere denne studien med en analyse av boligannonser og boligprosjekter. Dette for å få et grunnlag for å vurdere analysens bekreftbarhet mer konkret. Ved en slik tilnærming kunne jeg også undersøkt om mine fortolkninger av eiendomsaktørenes strategier gjenspeiles i markedsføringsmateriell. Dette har ikke latt seg gjøre av plass- og tidshensyn. Jeg har imidlertid fulgt med på boligannonser og annonsering av nye boligprosjekter underveis i analysearbeidet. Dette for å vurdere hvorvidt funnene mine synes å samsvare med fokuset i boligannonser. På dette grunnlaget oppfatter jeg at analysens bekreftbarhet underbygges da flere av mine funn gjenspeiles her. Videre vil jeg også oppfordre leseren til å vurdere analysens kvalitet og bekreftbarhet, ved egen lesning av boligannonser.

5. Stedsutvikling og profittmuligheter i Grünerløkkas boligmarked

Ingen av eiendomsaktørene som har blitt intervjuet bruker betegnelsen ”gentrifisering” når de forteller om stedsutvikling og endringsprosesser i boligmarkedet på Grünerløkka. Dette var heller ikke ventet ettersom f.eks. Lees m.fl. (2008) fastslår at gentrifiseringsbetegnelsen stort sett brukes av samfunnsvitere for å beskrive en type stedutvikling som kjennetegnes ved fortregning av opprinnelige beboere eller brukere. Aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet omtaler oftest gentrifiseringen som ”regenerering” eller ”byfornyelse”, uten å nevne en fortregning av opprinnelige beboere som inngår i denne typen stedsutvikling. Alle informantene i dette prosjektet omtaler imidlertid endringsprosesser eller transformasjonsprosesser i Grünerløkkas stedsutvikling, som kan knyttes til gentrifisering. Alle eiendomsaktørene fremhever at det har skjedd en gradvis utskiftning av beboere og brukergrupper, og at stedet har blitt mer ”trendy” og ”attraktivt” som følge av dette.

I tråd med Bridge (2001) sine teorier må eiendomsaktører¹³ ha innsikt i gentrifiseringens årsaker og forløp for å kunne opprettholde en slik stedsutvikling. Mer spesifikt presiserer han at eiendomsmegleres evne til å kunne påvirke gentrifiseringen er knyttet til deres rolle som mellommenn i forbindelse med kjøp og salg av boliger i gentrifiseringsstrøk. Deres evne til å kunne påvirke gentrifiseringen vil, i følge Bridge (2001), være basert på kjennskap til ulike sosiale klassers smak og preferanser. På grunnlag av denne innsikten kan de rette markedsføringen mot middelklassens preferanser for å bo indre by, og dermed tiltrekke flere fra dette kjøpersegmentet. Ut ifra dette blir det relevant å undersøke eiendomsaktørenes kjennskap til- og fortolkning av gentrifiseringen, før jeg analyserer markedsførings- og utbyggingsstrategiene deres.

Som allerede nevnt i metodekapitlet, analyserer jeg i denne sammenheng, informantenes fortellinger om Grünerløkkas stedsutvikling. Med andre ord analyserer jeg både innholdet i

¹³ Bridge (2001) omtaler *eiendomsmegleres* rolle i gentrifiseringen. Jeg oppfatter imidlertid at eiendomsutviklere også vil være avhengige av en inngående innsikt i gentrifiseringens årsaker og forløp for at de skal kunne utnytte trekk ved en klassisk gentrifisering i forbindelse med ny boligutbygging. I så måte anvendes også Bridge (2001) sine teorier om eiendomsutvikleres rolle i gentrifiseringen.

det informantene sier og måten innholdet formidles på (Thagaard, 2003). Ved denne tilnærmingen har jeg kartlagt eiendomsaktørens omtale av ulike faser og hendelser i Grünerløkkas utvikling over tid. Videre hvordan de beskriver disse hendelsene og fasene. Det overordnede målet har vært å oppnå en forståelse av plottet i fortellingene deres. Dette vil si at jeg har etterstrebet å få innsikt i informantenes fortolkning av stedsutviklingen ved å fokusere på deres oppfattelse av årsakssammenhenger og den *røde tråden* i fortellingene. Videre har jeg vært spesielt oppmerksom på konkluderende bemerkninger og vurderinger av ulike faser og hendelser i fortellingene om stedsutviklingen. På grunnlag av funnene vil jeg diskutere hvorvidt eiendomsaktørene er kjent med- og orientert mot en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka. Før jeg går over på fortellingsanalysen vil jeg imidlertid presentere informantene ut fra to overordnede kategorier: *nykommere* og *gamle travere*.

5.1 Presentasjon av informantene

Alle informantene i denne studien har blitt intervjuet som følge av deres erfaringer med eiendomsmegling og eiendomsutvikling i Grünerløkkas boligmarked. Foruten å skille mellom meglere og utviklere vil jeg også skille mellom *nykommere* og *gamle travere* i analysen. Betegnelsen *nykommere* viser til informanter som har operert i boligmarkedet på Grünerløkka etter år 2000. Betegnelsen *gamle travere* viser til informanter som hovedsakelig har operert i eiendomsmarkedet, og/eller har særskilt innsikt i arbeidet med eiendomsutvikling og eiendomsformidling her, før år 2000. *Gamle traveres* strategier behandles i det påfølgende kapitlet, mens *nykommernes* strategier behandles i kapittel 7. Som allerede avklart i metodekapitlet tilførte jeg *gamle travere* som en ny kategori av informanter for å tilføre en tidsdimensjon med hensyn til problemstilling nummer 2. Det må i denne sammenheng understrekes at *gamle travere* også er involvert i noe eiendomsmegling i dagens boligmarked. Skillet aktualiseres imidlertid basert på funn som fremlegges i dette kapitlet. Kort sagt fremgår det at *gamle travere* i hovedsak innrettet bevisste strategier i Grünerløkkas boligmarked på 1990- tallet. I dag er de i større grad orientert mot eiendomsutvikling og formidling i andre områder.

Kategorien *nykommere* består av tre eiendomsmeglere og fem eiendomsutviklere:

- *Rolv* er eiendomsmegler i bruktboligmassen på Grünerløkka og har vært i arbeid ved et lokalt eiendomsmeglerkontor her i to år. Han har selv bodd på Grünerløkka de siste 7 årene. I løpet av denne perioden har han også jobbet ved et annet lokalt meglerkontor.
- *Christian* er eiendomsmegler og er ansatt ved et annet lokalt meglerkontor på Grünerløkka. Her har han jobbet i tre og et halvt år. Også han har bodd på Grünerløkka i nyere tid.
- *Jan* er eiendomsmegler og jobber også ved et annet lokalt eiendomsmeglerkontor på Grünerløkka. Han er den ferskeste av informantene med hensyn til erfaring i eiendomsmarkedet her. Jan er også nylig innflyttet til Grünerløkka.
- *Mats* betegnes som en eiendomsutvikler. Han har vært prosjektleder i utbyggingen av et større boligprosjekt i randsonen til Grünerløkka i tiårsskiftet 1990/2000. Flere av de andre informantene omtaler prosjektet hans som spesielt vågalt og trendsettende. Han trekkes også inn i kapittel 6 (blant *gamle travere*) fordi han med bakgrunn i meglererfaring også har god innsikt i endringsprosesser i bruktboligmassen på 1990-tallet.
- *Louise* betegnes som eiendomsutvikler. Hun er daglig leder for et konsulent- og utbyggerfirma og jobber som markedssjef i forbindelse med flere nye boligprosjekter i Oslo. Hun har hatt et overordnet ansvar for utvikling og salg av et større boligprosjekt i randsonen til Grünerløkka.
- *Eystein* betegnes som eiendomsutvikler. Han har vært prosjektsjef for utbyggingen av et større boligprosjekt i randsonen til Grünerløkka i nyere tid. I denne sammenheng har han vært involvert i forhandlingene rundt kjøpet av tomten, i utviklingen av konseptet for boligprosjektet og i salgsprosessen.
- *Sigmund* betegnes som eiendomsutvikler. Han har hatt et overordnet ansvar for konseptutvikling og markedsføring av et større boligprosjekt i randsonen til Grünerløkka.

-
- *Frank* betegnes som eiendomsutvikler. Han har de siste 12 årene vært prosjektleder og rådgiver innen eiendomsutvikling i et prosjektlederfirma som leier ut kompetanse til investorer. De konkrete erfaringene fra Grünerløkka er imidlertid begrenset til tiden rundt år 2000, i forbindelse med utviklingen av et boligprosjekt i randsonen til Grünerløkka.

Kategorien *gamle travers* består av fem eiendomsmeglere og to eiendomsutviklere:

- *John* er eiendomsmegler og daglig leder ved et meglerkontor på Grünerløkka. Han har erfaring med megling av nye og gamle boliger i området fra og med 1996 og frem til i dag.
- *Kjell* er eiendomsmegler og har markedsført bruktboliger på Grünerløkka siden begynnelsen av 1990-tallet. Han har også jobbet med markedsføring og salg av nye boliger siden 1993 og frem til i dag. Med denne bakgrunnen blir han en sentral informant både med hensyn til strategier i dagens boligmarked og med hensyn strategier i boligmarkedet på Grünerløkka på 1990- tallet.
- *Gyrild* er en eiendomsmegler som er involvert i markedsføringen av et nyere boligprosjekt på Grünerløkka. Videre har hun meglererfaring fra nærliggende kommuner siden 2000, og fra en nærliggende bydel i indre Oslo i en periode på 1990- tallet. Hun har god kjennskap til endringsprosesser på Grünerløkka over tid, særlig på 1990- tallet, og omtales derfor som en *gammel travers*.
- *Oddgeir* er en eiendomsmegler med erfaring fra både megling i bruktboligmassen og i forbindelse med nybygg. Erfaringene hans er fra perioden 1989–2000. En annen informant omtaler Oddgeir som en av dem som har solgt mest på Grünerløkka på 1990- tallet.
- *Stian* er eiendomsmegler og jobber som daglig leder ved et eiendomsmeglerkontor på Grønland. Han har også vært involvert i rehabilitering og videresalg av gamle bygårder på Grünerløkka på et tidligere tidspunkt, og har god innsikt i endringsprosesser her på 1990- tallet.

- *Ove* betegnes som eiendomsutvikler. Han er daglig leder i et større utbyggerfirma som har oppført flere boligprosjekter på Grünerløkka siden 1994 og frem til i dag. Han betegner selskapet sitt som en ”pioner” på Grünerløkka, med hensyn til nye investeringer og eiendomsutvikling her.
- *Arild* betegnes som eiendomsutvikler. Han er daglig leder i et utbyggerselskap som kjøpte opp eiendommer på Grünerløkka på begynnelsen av 1990- tallet. Selskapet hans har ikke vært involvert i boligutbygging på Grünerløkka i senere tid.

5.2 Faser i Grünerløkkas stedsutvikling

For å få en oversikt over og en forståelse av hvordan eiendomsmeidlerne og -utviklerne oppfatter stedsutviklingen på Grünerløkka har jeg først konsentrert meg om informantenes beskrivelser av ulike hendelser og faser i stedsutviklingen. Ved et fokus på deres redegjørelse for forløpet i stedsutviklingen har jeg undersøkt eiendomsaktørenes fortolkninger av endringsprosessene i Grünerløkkas boligmarked. For det første har jeg kartlagt hvilke faser og hendelser de fremhever. Videre har jeg undersøkt i hvor stor grad de er kjent med årsakene til- og forløpet i gentrifiseringen, i lys av teorier om gentrifiseringens utløsende årsaker og forløp. Ut fra dette oppfatter jeg at eiendomsaktørene er kjent med en påbegynt gentrifisering, og mer spesifikt, en gradvis utskiftning som kjennetegner denne typen stedsutvikling. Dette vil jeg utdype ved en redegjørelse for deres omtaler av tre sentrale faser i Grünerløkkas stedsutvikling: 1980-tallets byfornyelse og transformasjon skisseres som en første transformasjonsfase. 1990- tallet fremstilles som en ”mellomfase” kjennetegnet ved fremveksten av et nytt stedsimage. Til slutt omtales en ny fase, fra ca 2000-tallet, kjennetegnet ved innflytting av beboergrupper ”fra vestkanten”.

5.2.1 Byfornyelse og påbegynt transformasjon

Innledningen i intervjuobjektors fortellinger om fenomener eller hendelser fungerer ofte som et organiserende og orienterende utgangspunkt i informantens fortolkning av fenomener eller hendelser (Coffey og Atkinson 1996). I denne sammenheng er det relevant å bemerke at alle de *gamle traverne* starter fortellingen om endringsprosesser med å omtale den offentlige byfornyelsens innflytelse på stedets utvikling. Dette ved at beskriver den offentlige

byfornyelsen som et nødvendig og avgjørende inngrep i stedets utvikling på 1980-tallet. Mer spesifikt fastslår for eksempel Kjell at byfornyelsen ”reddet” Grünerløkka fra en situasjon hvor det var:

(...) like kjipt som du ser i amerikanske filmer, hvor det bare er negre og sånt noe, bortsett fra at befolkningen var hvit. (...) Det var 1880-bebyggelse, gjerne uten bad og toaletter. (...) Og det var ingen motivasjon til å vedlikeholde eller gjøre ting, og det var bare de som ønsket å bo billig som bodde her, og ergo hadde du en selvforsterkende effekt.

Samtlige av de *gamle traverne* fremhever at byfornyelsen bidro til noen nødvendige oppgraderinger av bygningsmassen, basert på erindringer om forslumming, degradering og sosial nød før og på 1980-tallet. Når det gjelder fortolkninger av nye profittmuligheter i boligmarkedet, er det imidlertid de påfølgende endringene som fremheves spesielt. Mer spesifikt er det den påfølgende innflyttingen av nye og ”innovative” kjøpergrupper, på slutten av 1980- og begynnelsen av 1990- tallet som fremheves. Kjell fastslår for eksempel at:

(...) en del innovatører, for eksempel yngre folk som jobbet innen reklame og arkitektur, og sofa-raddiser, fant ut at Grünerløkka var et fint sted. Kort og godt de som er førstemann til å ta bølgen, i forhold til å finne nye boligområder. (...) Så begynte det å komme noen kule utesteder. Også ble det jo det næringslivet. Fra å være lokale kolonialforretninger og alt det som var der før, så ble det jo åpna kafeer og restauranter. Og når Fru Hagen (utested/ restaurant- min kommentar) og alle disse stedene kom, så ble det på en måte kult å være på Løkka. (...) Om det var menneskene som bodde der, eller om det var næringslivet som kom først, det vet jeg ikke helt, men det skjedde i alle fall en utskiftning.

Av dette utspillet kan det tolkes at Kjell vektlegger en påbegynt utskiftning, både av beboere og i servicenæringen, som et sentralt trekk ved Grünerløkkas stedsutvikling. Et fokus på denne utskiftningen går også igjen i flere av de *gamle travernes* fortellinger. Flere av de *gamle traverne* fremhever at en begynnende utskiftning i næringslivet og av beboergrupper utløste deres interesse for Grünerløkkas boligmarked. Ut fra dette fortolker jeg at disse eiendomsaktørene har vært oppmerksomme på en påbegynt gentrifisering på et tidlig tidspunkt i Grünerløkkas utvikling. Som skissert ved både Glass (1964), Hamnett (1991) og Clark (2005) sine definisjoner, er en klassebasert eller sosioøkonomisk utskifting det tydeligste trekket ved en påbegynt gentrifisering. En konkret omtale av nye profittpotensialer

i stedsutviklingen knyttes imidlertid til endringer i stedets omdømme og image på 1990-tallet.

5.2.2 Et nytt stedsimage vokser frem

Til forskjell fra den forrige fasen på 1980-tallet fastslår både *nykommere* og *gamle travere* at Grünerløkka ble etablert som et mer attraktivt bolig- og bruksområde i Oslo på 1990-tallet. Dette fordi endringer i servicenæringen og en begynnende innflytting av nye, og mer ressurssterke kjøpergrupper også tenkes å ha virket positivt inn på stedets omdømme og image i denne perioden. Mer spesifikt fastslår flere av eiendomsutviklerne at nye innflyttere skapte en positiv oppmerksomhet rundt Grünerløkka, og at de bidro til å gjøre stedet mer ”trendy”. Videre fremhever også Christian at nye innflyttere bidro til endringer i servicetilbudet og at de bygget opp under en gradvis attraktivitet på Grünerløkka:

Ildsjeler var med å bygge opp Grünerløkka som noe spesielt, for eksempel ved å lage andre typer butikker enn det du ser hele veien. Du fikk en bar eller et eller annet som begynte å gå bra, Du fikk mye folk inn hit, så begynte det å gå på folkemunne hele tiden, og flere og flere flyttet derfor inn.

Fremstillingen av nye innflyttere og næringsdrivende som ”trendsettere”, og en omtale av deres bidrag til å skape et bedret stedsimage her, går igjen blant eiendomsaktører i både *nykommere* og *gamle travere* kategorien. Plottet i fortellingene, altså informantens oppfattelse av årsakssammenhenger, fremgår tydelig: Ny innflytting og endringer i næringslivet skapte en ny oppmerksomhet knyttet til Grünerløkka og stedets omdømme tenkes å ha blitt endret til det positive som følge av dette. Videre tenkes mer ressurssterke kjøpergrupper å ha blitt interessert i å bo her, som en følge av denne utviklingen. I denne sammenheng kan det sies at eiendomsaktørene har observert en situasjon hvor trekk ved nye innflyttere har endret stedets atmosfære og identitet, i tråd med Jager (1986) sine teorier. Ifølge Jager (1986) har den nye middelklassen tilført arbeiderklasseområder nye estetiske og livsstilsmessige kvaliteter. Videre har dette også preget stedets symbolske og kulturelle karakter som helhet. Mer spesifikt fastslår også Ley (1996: 56) dette: ”Succeeding middle-class groups are buying into an inflating market as the neighbourhoods’ image is reshaped”. Oddgeir oppfatter lignende forbindelser mellom en ny innflytting av mer ressurssterke beboergrupper i Grünerløkkas boligmarked og Grünerløkkas økte attraktivitet i boligmarkedet:

Det er jo litt sånn at de som flytter først inn i et nytt område, de er jo litt sånn vågale. Det er jo litt mer den kunstner og unge typen, altså studenter og den type mennesker. Da går det litt mer i en sånn student- eller kunstnerånd. Det gamle, med rosett og stukkaturer, og at gulvene er litt skjeve og sånn, at det er sjarmerende (...). Så blir det mer trendy. Også kommer de andre etter. Du kan si det er den typiske vestkant-ungdommen som kjører det safe løpet i dag, de er jo de siste som flyttet inn på Grünerløkka, for nå er det trygt... Nå er det stuerent å bo der (...). Og når du har mer penger og kan kjøpe akkurat det du har lyst til, så tenker du jo at du gjerne vil ha ting perfekt, at det er viktigere at gulvet er helt rett liksom. Men da flytter jo de ut, de som var kunstnere eller studenter som ikke har så god råd fordi at da blir det for trendy. Da er det ikke genuint lengre.

Flere av eiendomsaktørene beskriver også nye innflyttere på 1990- tallet som en type ”trendsettere” for flere ressurssterke beboergruppers interesse for Grünerløkka. Det forfektes at ”innovatører” (Kjell), ”sofaraddisser (Kjell), ”vågale” (Oddgeir) og ” litt mer den kunstner- og ungetypen” (Oddgeir) skapte et attraktivt miljø for unge kjøpergrupper fra middelklassen. I denne sammenheng kan det også sies at de oppfatter de første innflytterne på 1990- tallet som en type mellommenn i en gradvis stedsutviklingsprosess. Dette er i tråd med Ley (1996) sin omtale av risikovillige pionerer i gentrifiseringen som sentrale aktører med hensyn til igangsettelsen av en økt interesse for gentrifiseringsstrøk. Disse første innflytterne kjennetegnes ikke ved høy økonomisk kapital i følge Ley (1996), men de anses som ressurssterke som følge av at de besitter høy kulturell kapital. Nettopp som følge av deres risikovilje og non-konforme livsstil og valg, fungerer de som trendsettere i boligmarkedet: These cohorts of the middleclass begin to redefine the character of a district, and with media and real estate exposure, they prepare the ground for the neighbourhoods’ commodification and income transition” (Ley 1996: 57). *Gamle travere* og *nykommeres* omtale av nye innflyttere, i denne undersøkelsen, gir inntrykk av at de har vært oppmerksomme på nye innflytteres trendsettende funksjon i boligmarkedet på 1990- tallet.

Det fremgår riktignok av fortellingene til eiendomsaktørene at *nykommere* er mindre kjent med endringsprosessene på 1990- tallet, enn *gamle travere*. Dette var en utløsende årsak til at jeg supplerte datamaterialet med kategorien *gamle travere* i løpet av datainnsamlingen. Videre går det frem av vurderinger og konkluderende bemerkninger at *gamle travere* bevisst har orientert seg mot endringsprosesser i Grünerløkka på 1990- tallet, mens nykommere oppfattet denne fasen som mindre etablert og attraktiv med hensyn til eiendomsformidling

og -utvikling. Dette kommer jeg tilbake til i neste del av dette analysekapitlet. Det er imidlertid felles for alle eiendomsaktørene at de fremhever endringer i beboer- og brukergrupper på Grünerløkka på 1990-tallet, for å forklare dagens attraktivitet og prisnivå. Eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien utmerker seg også med dypere innsikt i endringsprosesser på 1990-tallet enn lokale meglerne i den samme kategorien. Dette er fordi flere av disse har knyttet til seg konsulenter og foredragsholdere som har opplyst dem om endringsprosessene på 1990-tallet. Både Eystein, Frank og Louise har for eksempel leid inn foredragsholdere, konsulenter og reklamebyrå for å få bedre innsikt i stedsutviklingen på Grünerløkka over tid. Når det gjelder den siste fasen, fra ca 2000- tallet, fremgår det imidlertid tydelige formeninger om endringer i Grünerløkkas attraktivitet og image, både blant *nykommere* og *gamle travere*.

5.2.3 Grünerløkka “blir østkantens Frogner”

Når det gjelder omtalen av en tredje fase med endringsprosesser i Grünerløkkas stedsutvikling, fra ca år 2000 og frem til i dag, enes alle eiendomsaktørene om at denne kjennetegnes ved at stedet har blitt mer attraktivt for ”folk fra vestkanten”. Stian forklarer for eksempel dette med at: ”Grünerløkka har blitt ønskedrømmen til kjøpere som kan tenke seg å bo på østkanten. Det man nesten kan si da, er at Grünerløkka har blitt østkantens Frogner, hvis du skjønner hva jeg mener. Det var der utviklingen starta”. Jan fastslår også at beboergrupper fra vestkanten har blitt interessert i å bo på Grünerløkka fordi bygningsmassen har blitt rehabilitert til en standard som gjør at beboere fra vestkanten også oppfatter Østkanten som et aktuelt boligområde i dag. Dette til forskjell fra andre områder som ikke kjennetegnes ved et etablert image, og en gradvis oppgradering, i Oslo indre øst, i følge Jan: ” De begynner å orientere seg mot Grünerløkka nå, fordi det er den mest etablerte og den fineste bydelen i Oslo indre øst. De som hadde den tyngste foten i vest, de har anerkjent Grünerløkka nå. Men de kan *ikke* bo på Tøyen og Grønland”. Videre forteller også Louise at et økt fokus på penger, og mindre fokus på ”rock og øl” har gjort at beboergrupper fra Vestkanten anser Grünerløkka som er aktuelt og attraktivt bosted på Østkanten i dag:

Før var det mer rock og øl og sånn, og det gikk ikke så mye på penger, mens nå har kafeene aldri hatt så mye å gjøre, og du har designerbutikker på Grünerløkka som går kjempebra (...). Folk fra vest kan ha sett på Grünerløkka som et veldig belastet område, men det gjør de ikke lengre på grunn av utviklingen.

Ingen av de ovennevnte refleksjonene om en ytterligere utskiftning i beboere er begrunnet ut fra en spesifikk omtale av en utskiftning basert på sosiale klasser. Louise fremhever imidlertid et økt fokus på konsum og materialistiske verdier blant beboere og brukere, og fremveksten av en nisjepreget serviceindustri, i omtalen av dagens Grünerløkka. Videre fremhever både Stian og Jan en situasjon hvor beboere fra vestkanten, med mer kjøpekraft enn opprinnelige innflyttere, har flyttet hit. På grunnlag av slike utspill kan det sies at disse meglerne mener at grupper med mye økonomisk kapital er i ferd med å erstatte grupper med en overvekt av kulturell kapital – men med lite økonomisk kapital – på Grünerløkka. Dette er i tråd med Ley (1996) sin analyse av beboerutskiftningen som gentrifiseringen fører med seg.

På samme måte som ved omtalen av Grünerløkka på 1990- tallet, fremhever samtlige av eiendomsaktørene at nye innflyttere har tilført Grünerløkka en ny og mer attraktiv symbolverdi i boligmarkedet. I beskrivelser av *dagens* boligmarked fremgår det imidlertid at eiendomsaktørene oppfatter en ny fase hvor personer med høyere økonomisk kapital i større grad ”passer inn” i dagens nye ”bilde” av Grünerløkka. I så måte kan det sies at eiendomsaktørene oppfatter en senere fase av gentrifiseringen, som Ley (1996) har skissert i gentrifiseringssyklusen. Videre oppfatter jeg, på grunnlag av dette, at eiendomsaktørene anser Grünerløkka som en salgs vestkant på østkanten i dag, eller som ”østkantens beste vestkant”. Kjell mener at beboergrupper fra vestkanten er tilbøyelige til å flytte hit fordi Grünerløkka oppfattes som et spennende bosted. ”Folk med en helt annen finansiell plattform, som har en hyggelig økonomi, ønsker å bo i den typen områder som er sentrale, som tilbyr kultur, kommunale tjenester, pene naboer, et trygt nabolag”. Mats knytter også dette til disse beboergruppens ønske om å bo på Grünerløkka fordi de ønsker en ”urban” og ”trendy” identitet: ”De forbinder det med noe som er kult. Man er litt `hip` hvis man bor her i dag”. I denne sammenheng forklarer også Rolv at det er blitt mer ”stuerent” på Grünerløkka i dag, og at beboergrupper fra vestkanten derfor *kan* flytte hit. Han (og jeg) følger opp utspillet på denne måten:

(...) rart ord.. Men eh... det tar jo litt tid før et område setter seg. Og nå har jo ikke Grünerløkka akkurat begynt å sette seg i går, det er ikke det jeg sier, men etter hvert som byutviklingen har gått, så blir det noe annet, og flere og flere synes det blir attraktivt.

Hva mener du med at området "setter seg"?

Nei... altså ... Hvis du tar 20 år tilbake da..., så var det ikke så mange som hadde lyst til å flytte fra Frogner og hit. Men så blir det jo mer... det skjer mer i byutviklingen her, og miljøet og folk som bor her, og det gjør jo at flere folk flytter hit. Det mer attraktivt og appellerer til mer folk.

Hva er grunnen til at de som bor på vestkanten ikke ville flyttet til Grünerløkka før, men flytter hit i dag?

Sånn basert på at det er tradisjonelt et gammelt arbeiderstrøk, og ikke har et like fint klientell da... som på Frogner for eksempel. Altså, litt mere slitne mennesker og kjøp og salg av diverse substanser i parken og sånne ting. Men så har det jo vært en utvikling på det de siste 15 årene. Sånn sakte men sikkert. Og da oppleves området som tryggere, lysere og bedre i forhold til sånne ting. Og da utvides jo naturligvis kjøpergruppene, eller... målgruppene.

Det kan oppsummeres, uten forsøk på generalisering, at alle eiendomsaktørene enes om en situasjon hvor Grünerløkka har blitt et mer attraktivt sted for beboere og brukere med høyere kjøpekraft i dag. På samme måte som ved redegjørelsen for fasen på 1990- tallet er det imidlertid *gamle travere* som gir de mest detaljerte redegjørelsene for endringsprosessene i Grünerløkkas boligmarked. John utdyper for eksempel mer inngående, bakgrunnen for at mer kjøpesterke beboere kan identifisere seg med Grünerløkka. Han fastslår at nye innflyttere og beboergrupper på 1990- tallet var kjennetegnet ved en særegen livsstil og estetikk. Videre beskriver han disse som politisk radikale. Som følge av dette mener han at beboergrupper på den politiske høyresiden, og personer som ikke identifiserte seg med en alternativ livsstil, ikke opplevde å passe inn her.

I dag mener imidlertid John at dette har endret seg fordi de første innflytterne har blitt både prismessig og kulturelt fortrent som følge av en økt kommersialisering i boligmarkedet og næringslivet: "Flere og flere kjøpesterke har jo flyttet til Grünerløkka. Og da har de gradvis skvisa ut den urbane hippiestilen. Og innvandrerbutikker og sånn. Og folk som snakker spansk, og pakistanere, og hva det måtte være da". Videre mener han at Grünerløkkas image har endret seg, og at stedet har blitt "åpnet" for vestkantbeboere, i forlengelse av dette:

Det er mer den "normale" mannen i gata som vil bo på Grünerløkka nå. Du trenger ikke være noen urban hippie for å bo der. En kar som har vokst opp i Bærum, med pannebånd, flytter også til Grünerløkka nå. Og det er typen som ikke bodde der før for å si det sånn. (...) Man kan si at Grünerløkka har hatt en gradvis oppblomstring. Men samtidig har flertallet av de mer innovative og urbane beboerne blitt borte.

Kjell synes å basere seg på en lignende oppfattelse i omtalen av hvilke beboergrupper som i mindre grad passer inn i Grünerløkka's boligmarked i dag: "De som liker å være litt innovatører, de synes at Løkka er for kommers i dag. Hvis du spør den samme gruppa i dag, så er det ikke kult å bo på Grünerløkka. Det er ut. Det var ut før år 2000". Mer spesifikt forklarer også Oddgeir en ny innflytting ved at beboergrupper med bedre økonomi etterstreber en kulturell identitet ved å bo på Grünerløkka. Med dette mener han, i likhet med Mats, at nye beboergrupper flytter til Grünerløkka fordi de ønsker å fremstå som "kule" og "trendy". Dette er også en drivkraft i en gradvis gentrifisering som Ley (1996) og Bridge (2001) har omtalt. Innflyttere med høy kulturell kapital, på et tidlig stadium av gentrifiseringen, erstattes av beboere med høyere økonomisk kapital over tid. Dette skjer fordi beboergrupper med høyere økonomisk kapital ønsker å bli oppfattet som trendy og moteriktige. Etter hvert som gentrifiseringsstrøkene blir oppfattet som mer trendy ønsker også mer kjøpesterke beboergrupper å bli assosiert med et slikt sted. Oddgeir har oppfattet en lignende drivkraft med hensyn til nye innflyttere sine preferanser for beboelse på Grünerløkka i senere tid:

Disse vil også ha noen knagger å henge sin identitet på. Da synes de for eksempel at det er viktig å få bekreftet at stedet har en historie. At det ligger en historie bak bygningene og gaten og strøket de bor i (...). Tidligere beboere (på Grünerløkka) har blitt knyttet til symboler som igjen er knyttet til historien til strøket. Nye innflyttere vil også gjerne ha en del av den historien, fordi disse også vil si at "vi har en kulturell plattform" (...). Disse er jo på toppen av pyramiden (i en transformasjonsprosess). Det er jo børsmeglerne, holdt jeg på å si. Og det er de som har gått på Handelshøyskolen, og som har en kjekk og betalt jobb. Disse vil bo i sentrum og de vil ha en identitet, men de har ikke noe kulturell bakgrunn for øvrig liksom. Det er de som kommer sist inn i et område. Det er de siste som kjøper på topp. (...) Den siste trendy økonomen eller advokaten liksom.

Det kan altså leses av Oddgeirs resonnementer at han oppfatter en situasjon hvor nye innflytterne, med høyere økonomisk kapital etterstreber identitet og distinksjon ved beboelse på Grünerløkka. Det er i så måte tydelig at han oppfatter at Grünerløkka kjennetegnes ved et etablert stedimage i dagens boligmarked. Stedet er nå attraktivt uavhengig av beboerne som skapte dette image, og nye kjøpergrupper tiltrekkes av stedets merkenavn, i følge Oddgeir. Det kan trekkes ut av dette at Oddgeir i stor grad synes å være kjent med preferanser på konsumentensiden i boligmarkedet i en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka. Videre kan det

sies at Oddgeir baserer seg på en forestilling om at gentrifikasjonen på Grünerløkka har forløpt i faser, i tråd med en fasepreget gentrifikasjon som både Ley (1996) og Bridge (2001) har omtalt. Han utdyper også bakgrunnen for dette:

Grünerløkka har på en måte nådd toppen av pyramiden i forhold til at nå har også leilighetene der blitt dyre, ikke sant. Det er kanskje det ene området ved siden av Frogner som har de høyeste boligprisene. Sånn at det er bare de med god råd som kan flytte til Grünerløkka. Og det er jo veldig spesielt. Og da får du jo et spesielt miljø ut fra det. Med dem som er kjøpere der. Og da får man også en identitetsbekreftelse ved å bo her. Nå er det sånn at hvis du har en leilighet på Grünerløkka så er du en av de som har vært vellykket da, hvertfall i forhold til penger da.

Oppsummert kan det sies at de *gamle traverne* uttrykker en spesielt inngående kjennskap til gradvise utskiftninger av ulike beboergrupper over tid og distinkte forskjeller mellom disse gruppens smak og sosiale bakgrunn. Det kan imidlertid slås fast at alle informantene er kjent med en påbegynt gentrifikasjon på Grünerløkka og en påfølgende utvikling hvor beboere med høyere kjøpekraft etter hvert har blitt interessert i å bo. Når de omtaler endringsprosesser på 1980- og 1990-tallet beskriver de trekk ved innflyttere og stedet som kan knyttes til en klassisk gentrifikasjon. 1990- tallets innflyttere beskrives som ”vågale” (Oddgeir), ”hippier” (John) og ”sofaraddisser”(Kjell). I kontrast til dette beskriver de en ny fase i Grünerløkkas utvikling fra og med cirka 2000-tallet, hvor stedet har blitt et statusområde hvor forbruk og penger står sterkt blant nye kjøpergrupper. Det kan sies at de forfekter en ny fase hvor mer kjøpesterke grupper passer bedre inn i boligmarkedet og dagens stedsbilde enn de mer nonkonforme ”pionerene” som passet inn på 1990-tallet.

Konkluderende bemerkninger og vurderinger underveis i fortellingene tilsier også at alle eiendomsaktørene fortolker profittmuligheter i Grünerløkkas boligmarkedet. Dette er en følge av stedsutviklingen og mer spesifikt en følge av en pågående gentrifikasjon her. En gradvis utskiftning av beboere og en påfølgende attraktivitet i Grünerløkkas boligmarked synes tydelig å appellere til eiendomsaktørene. Samtlige fremhever at endringer i beboersammensetningen, i servicenæringen, og i Grünerløkkas image, har lagt grunnlag for en situasjon hvor kjøpergrupper med høyere økonomisk kapital kan tiltrekkes. Det fremgår imidlertid et tydelig skille mellom *nykommere* og *gamle traveres* omtale av profittpotensialer. Dette ved at de oppfatter de mest attraktive profittpotensialene i *ulike* faser av Grünerløkkas stedsutvikling.

5.3 Vurdering av profittmuligheter i dagens boligmarked

Fordelen med å rette et blikk på konkluderende og vurderende bemerkninger i informanternes fortellinger er at forskeren også kan oppnå en forståelse av hvilke handlinger informanten oppfatter som logiske eller mindre logiske (Coffey og Atkinson 1996). I så måte er det relevant at *nykommere* og *gamle travere* omtaler og fastslår profittpotensialer i ulike faser av stedets utvikling. *Nykommere* vektlegger i størst grad nye profittpotensialer i dagens boligmarked (fra ca 2000- tallet). *Gamle travere* uttrykker på sin side at profittmulighetene i Grünerløkkas boligmarked var mest interessante på 1990-tallet.

5.3.1 "Grünerløkkas boligmarked er på topp og ferdig utviklet"

Som nevnt omtaler alle eiendomsaktørene 1990-tallet som en mellomfase med hensyn til endringsprosesser i Grünerløkkas boligmarked. *Gamle travere* mener også at denne fasen utmerker seg som spesielt interessant og attraktiv med hensyn til boligformidling og -utvikling. Når det gjelder dagens boligmarked fastslår de, i kontrast til omtalen av 1990-tallets boligmarked, at dagens boligmarked er mindre interessant. Ove fremhever at kommunens regelverk på grunn av områdets popularitet, er blitt strengere med henblikk på regulering av ny eiendomsutvikling: "Det som har skjedd er at politikere har blitt påvirket av naboer som protesterer, også prøver de å dytte ned over hodet på oss prosjekter som det er helt umulige og regningssvarende å utføre". Han beklager seg over det han oppfatter som strengere krav til bevaring av historiske bygg i området i senere tid: "Bevaringstematikken er for eksempel blitt veldig sentral for naboprotester på Grünerløkka i dag. Og da havner vi plutselig i en bevaringskonflikt som er helt vill".

Eiendomsaktørene i *gamle travere*-kategorien påpeker også at Grünerløkkas boligmarked er "ferdig utviklet" i lys av en gradvis stedsutvikling. Kjell fastslår for eksempel at potensialet for inntjening er utnyttet til fulle ettersom prisnivået på boliger nå kan sammenlignes med nivået i bydelene Frogner og Majorstua, i Oslo indre vest. Oddgeir baserer seg på et lignende resonnement:

(...) Jeg tror ikke Grünerløkka har noe mer potensial nå. Jeg tror den inntjeningen eller verdistigningen som kommer på Grünerløkka nå vil være i tråd med markedet for øvrig. (...) Altså, du har jo disse randsonene da,

som ligger i veldig ytre Grünerløkka, her har man jo planlagt kino og sånne ting inni komplekset, som kan tilføre noe på Grünerløkka. Når disse prosjektene står ferdige kan de kanskje binde sammen Grünerløkka med nærliggende områder. Men hvor mye det kan ha å si for prisøkningen generelt, på Grünerløkka, det er jeg usikker på.

Flere av de gamle traverne forteller imidlertid at de trekker på erfaringene fra Grünerløkkas stedsutvikling i forbindelse med eiendomsmegling og eiendomsutvikling i andre områder av indre Oslo øst. Eiendomsutvikleren Ove mener for eksempel at det i dag er mer interessant å utvikle nye boligprosjekter på Grønland, fordi Grønland fortsatt er ”under utvikling” slik Grünerløkka var på 1990- tallet. I en slik mellomfase mener han at eiendomsutviklere gis friere tøyler av kommunen. Eiendomsmeglerne synes å basere seg på en tankegang om å overføre salgsargumenter som ble anvendt på Grünerløkka på 1990- tallet i forbindelse med eiendomsmegling på Grønland. Gyrild forteller for eksempel at det er hensiktsmessig å referere til de gradvise endringene på Grünerløkka under markedsføringen av mindre kjente områder i indre øst og de mer perifere delene av Grünerløkka: ”Vi spiller på det samme i forbindelse med markedsføring av prosjekter som ligger på steder som er litt mer slitne og trøtte i dag”. Hun forteller videre at ”Gamlebyen begynner å komme nå, men det har vært en stor jobb å få til det”.

Stian mener også at mulighetene for profitt er større på Grønland og i andre bydeler i Oslo indre øst fordi flere av 1990- tallets beboere fra Grünerløkka har flyttet hit. Med referanser til endringene i Grünerløkkas boligmarked, mener han at dette vil bidra til at Grønland etter hvert oppnår samme status og prisnivå som Grünerløkka har i dag. Han antar at Grønlands boligmarked etter hvert vil kjennetegnes av familier fra høyere sosiale sjikt med etnisk norsk bakgrunn:

Her nede er det fortsatt pakistanerne som etterspør familieleilighetene. I mindre leiligheter er det en del av de samme kjøpergruppene som også kunne bodd på Grünerløkka. Men sånn om 5 år så er det nok det samme her. Da begynner det å bli såpass etablert, at man får unge familier fra den samme gruppen her nede også.(...) Det har jo skjedd en enorm utvikling bare i løpet av de siste fem årene.(...) Grønland ligger litt bak da. Og har fortsatt på en måte et stempel som en innvandrer- bydel. Det er jo helt Benetton her ute liksom, det er jo ikke tvil om det. Men de som følger den utviklingen som kommer til å skje her nede de neste 5- 10 årene, de kommer til å se en rivende utvikling. Det er her nede det kommer til å skje i neste etappe.(...) Det kommer unge nordmenn inn og overtar. Sånn som på Grünerløkka. Her nede så er det litt sånn strong-hold da, spesielt blant pakistanerne. Men det kommer til å skje her og.

Stian forteller også at han har basert seg på konkrete markedsføringsstrategier ved boligvisninger, for å bygge opp under slike endringsprosesser. På spørsmål om han markedsfører fremtidige endringsprosesser i Grønlands boligmarked svarer han:

Åja! Ja, og det er jo i aller høyeste grad sant også, at en bydel som Grünerløkka, som blir populær, vil på en måte renske seg selv over tid. Det er jo markedskreftene som går sin gang det, som presser ut de som ikke har betalingsevne eller betalingsvilje. Og det skjer i hele Oslo, altså, Vika var jo et ordentlig høl, før Aker Brygge kom, det lå jo som en u-utvikla bydel mellom Frogner og Skillebekk, som er veldig bra. Men så kom Aker Brygge og da ble jo Vika skvisa og utvikla det og.

Andre eiendomsaktører i *gamle travere* kategorien gir også uttrykk for at stedsutviklingen på Grünerløkka legger føringer som ”eksempel til etterfølgelse” i markedsføringen av boliger i andre bydeler i indre øst. Oddgeir forteller for eksempel at han ville rettet seg mot mer vågale kjøpergrupper, lignende dem som flyttet inn på Grünerløkka på 1990- tallet, om han skulle markedsføre en bolig på Grønland eller i Gamlebyen i dag:

Dette har jo litt med fasen området er i, i forhold til hvem som ønsker å flytte dit. Det er jo litt sånn at, de som flytter først inn i et nytt område, de er jo litt sånn vågale. Det er jo litt mer den typen kunstner og unge, altså, studenter, og den type mennesker. Også kommer de andre etter. På Grønland og Gamlebyen liksom, og den veien, så ville man spille på andre ting, fordi at der er det enda mer genuint. Og der skal du få de som tør å gå ut først, til å flytte først. (...) Det andre som kommer der nede, det blir jo helt nye områder. Altså det langs sjøen, Bjørvika og disse tingene som skal bygges. Det er noe helt annet. Det er jo å bygge en helt ny bydel fra scratch, av ingenting. Mens disse områdene er jo etablerte områder som på en måte skal forvandles.

Dette og lignende utspill tyder på at eiendomsaktørene i gamle travere-kategorien forventer, og til en viss grad etterstreber gentrifisering av andre bydeler i indre øst, og at Grünerløkkas utvikling fremstår som et salgsargument. Kjell baserer seg på lignende perspektiver og mener at ”Grønland kommer til å bli det nye Løkka”. Ut fra disse utspillene kan det også virke som om eiendomsaktører som involverte seg i Grünerløkkas boligmarked på 1990-tallet ser på deg selv som mer vågale trendsetter på *tilbudssiden* i eiendomsmarkedet. Det kan virke som om de ”leter” etter nye utviklingsområder. I så måte fremgår også noen tendenser til en syklusbasert utskiftning på tilbudssiden i eiendomsmarkedet. Til forskjell gamle travere utmerker *nykommere* seg i større grad med en interesse for profittpotensialer i en mer etablert fase av en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka.

5.3.2 "Grünerløkkas boligmarked kan og skal videreutvikles"

Til forskjell fra de *gamle traverne* mener alle *nykommerne* at det største potensialet for profitt i boligmarkedet på Grünerløkka har vokst fram i senere tid. De viser til den siste fasen fra ca 2000- tallet og frem til i dag. Mer spesifikt er *nykommerne* er mest opptatt av en situasjon eller en fase hvor Grünerløkka er etablert som et attraktivt boligområde for beboergrupper med høyere betalingsevne enn de opprinnelige innflytterne. Det går også igjen blant alle *Nykommerne* at de synes å være strategisk orientert mot beboergrupper med høyere kjøpekraft. I så måte oppfatter jeg at de kan sies å være orientert mot en mer etablert fase av gentrifiseringen som for eksempel Ley (1996) knytter til beboergrupper som innehar mer økonomisk kapital enn opprinnelige gentrifiserere. Flere av eiendomsutviklerne blant *nykommerne* har leid inn konsulenter og foredragsholdere for å få mer kunnskap om- og innsikt i stedsutviklingen over tid slik at de kan forstå bakgrunnen for at Grünerløkka i dag har fått et mer etablert og attraktivt merkenavn.

Både Louise, Frank, Sigmund og Gyrild gløder for en situasjon hvor de nyeste interessentgruppene fra vestkanten tenkes å stille høyere krav til boligens kvalitet, fordi dette muliggjør en utbygging av nye og mer eksklusive boligkonsepter på Grünerløkka. Eiendomsmeidlerne i *nykommer* kategorien fremmer også visjoner om å tiltrekke flere kjøpersegmenter med høy kjøpekraft og spre endringsprosesser fra sentrale til mer perifere steder på Grünerløkka. Eiendomsaktørene oppfatter, slik jeg tolker det, gentrifiseringen både som et potensial og som et markedskonsept. Dette vil jeg diskutere nærmere i kapittel 7. Av denne grunn utdypes ikke *nykommernes* visjoner og strategier i stor grad her.

5.4 Oppsummering og aktualisering av påfølgende analysekapitler

En kartlegging og analyse av eiendomsaktørenes fortellinger om Grünerløkkas stedsutvikling har vist at de omtaler endringsprosesser i tre forskjellige faser, henholdsvis på 1980-, 1990- og på 2000- tallet. Alle eiendomsaktørene gir uttrykk for at stedet er blitt mer attraktivt som følge av en gradvis utskiftning i beboer- og brukergrupper og som følge av endringer i servicenæringen. Det kan leses av fortellingenes plott at de oppfatter Grünerløkkas stedsutvikling som en gradvis prosess hvor beboere med høy kulturell kapital

erstattes av kjøpergrupper med høyere økonomisk kapital. Innflytting av beboergrupper fra høyere sosiale sjikt og endringer i servicenæringen tenkes å ha bidratt til at stedets image og omdømme gradvis har endret seg på 1990- tallet og i etterkant av år 2000 har dette bidratt til økning i interessen for bolig hos kjøpergrupper med høy økonomisk kapital. .

Jeg fortolker ut fra dette at alle eiendomsaktørene har innsikt i gentrifiseringens årsaker og forløp. *Gamle travere* har en mer detaljert innsikt i endringsprosessene over tid enn *nykommerne*. Hovedtrekkene i alle informantenes beskrivelser av stedsutviklingen samsvarer imidlertid med Ley (1996) sin omtale av en fasepreget gentrifiseringssyklus. Denne syklusen kjennetegnes nettopp ved at de første innflytterne fra middelklassen tilfører indre byområder en ny symbolverdi, hvorpå kjøpere med gradvis høyere økonomisk kapital tiltrekkes av denne. Det er også tydelig at eiendomsaktørene oppfatter at de første innflyttere på 1990- tallet som en ny type trendsettere i boligmarkedet. Det samsvarer på samme måte med Ley (1996) sin omtale av disse første innflytterne som pionerer i en fasepreget gentrifisering. Kjell omtaler for eksempel de første innflytterne på 1990- tallet på Grünerløkka som ”innovatører” og ”dem som tar bølgen først med hensyn til å finne nye områder”. De omtales som ressurssterke, men ikke nødvendigvis kjøpesterke. Mer spesifikt beskrives de for eksempel av John, som politisk radikale på venstresiden og ”hippier”. Videre er det også tydelig at både *gamle travere* og *nykommere* mener at *dagens* Grünerløkka i økende grad passer bedre for beboere med høy kjøpekraft, og mer spesifikt beboere fra vestkanten. Ut fra dette fortolker jeg at eiendomsaktørene oppfatter Grünerløkka som en vestkant på østkanten eller som ”østkantens beste vestkant” i dag.

I følge Bridge (2001) vil eiendomsaktører på tilbudssiden kunne utnytte en slik innsikt i gentrifiseringens årsaker og forløp i kommersielle strategier i boligmarkedet. Dersom de er kjent med forløpet i en gentrifisering kan de også opprettholde denne ved en strategisk orientering mot nye interessenter fra middelklassen. Både Jager (1986), Zukin (1989) og Bridge (2001) har også vist at dette har vært tilfelle i henholdsvis Melbourne, New York og Sydney (som presentert i teorikapitlet). Mer spesifikt har for eksempel Zukin (1989) funnet at eiendomsaktørene har markedsført ”trendsettende” trekk ved nye gentrifiserere, for eksempel deres livsstil og estetiske uttrykk, for å tiltrekke kjøpere med høyere økonomisk kapital. Zukin (1993, 1995) har også skissert at eiendomsutviklere har etterstrebet å tiltrekke

kunstnere til nye boligprosjekter. Intensjonen ved slike strategier er imidlertid, på lengre sikt, å tiltrekke beboergrupper med høyere økonomisk kapital: Artists have been welcomed as "bridge"gentrifiers – but not as statutory tenants deserving protection when property values rise." (Zukin, 1995: 111)

Med utgangspunkt i de overnevnte funnene og teoriene vil jeg undersøke hvorvidt eiendomsaktørene på Grünerløkka også har benyttet sin innsikt i gentrifieringens forløp og stadier under sin virksomhet i eiendomsutvikling og -megling på Grünerløkka, i de neste kapitlene. Det er kommet fram at det er forskjeller mellom i *nykommere* og *gamle traverses* oppfatning av når tid i stedsutviklingen profittpotensialet er høyest. Gamle traverse fremstår som mer vågale og søkende enn nykommere. De er i større grad interessert i eiendomsmegling og -utvikling i områder i indre øst i dag. Jeg har antydnet at det kan virke som om ulike grupper av eiendomsaktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet involverer seg i gentrifieringsstrøk på ulike tidspunkt. Slike tendenser kan ikke direkte overføres til andre kontekster på grunnlag av mitt datamaterielt. Det blir imidlertid relevant å skille mellom mellom *nykommere* og *gamle traverses* strategier i Grünerløkkas boligmarked i denne masteroppgaven. Dette fordi informantgruppene eksplisitt presiserer en interesse for ulike faser av stedsutviklingen med hensyn til Grünerløkkas stedsutvikling. Det foregår også noe overlappinger her. Gamle traverse er enda "innom" Grünerløkka. Det fremgår imidlertid at de innrettet særskilte strategier her på 1990- tallet. I førstkommande kapittel analyserer jeg derfor *gamle traverses* markedsførings- og utbyggingsstrategier på 1990- tallet. Deretter undersøker jeg i kapittel 7, *nykommernes* markedsførings- og utbyggingsstrategier på 2000- tallet.

6. Utnyttelse og videreutvikling av påbegynt gentrifisering på 1990-tallet

Smith (1979) vektlegger at eiendomsaktører responderer på tilstedeværelsen av et grunnrenteavvik – altså avviket mellom gjeldende grunnrente og potensiell grunnrente – når de involverer seg i et område som har gjennomgått degradering. Gentrifiseringen kan sies å være en konsekvens av økonomisk rasjonelle vurderinger på tilbudssiden i eiendomsmarkedet, ut fra dette perspektivet. Clark (1995) mener imidlertid at private eiendomsaktører også bygger opp under nye profittmuligheter i boligmarkedet og på denne måten påvirker by- og stedsutviklingen. Han og Gullberg (1997:263) setter dette i perspektiv: “There is no clear line of demarcation between the creation and the capture of rent gaps, even if we have tried to analyze them as two separate struggles”. Aktører på tilbudssiden i eiendomsmarkedet er både interessert i å ”skape” og å utnytte profittmuligheter. På denne måten legger de også føringer på by- og stedutviklingen.

Intensjonen min er å besvare problemstilling nummer to i prosjektet: ”Har eiendomsmeglere og -utviklere etterstrebet å bygge opp under gentrifisering på Grünerløkka, ved valg av bestemte markedsførings- og utbyggingsstrategier?”. Jeg undersøker om eiendomsaktørene har forsøkt eller søker å bygge opp under et distinkt bilde av Grünerløkka og det sosiale livet her, som et attraktivt sted for målgrupper fra middelklassen og fra høyere sosiale sjikt. I utgangspunktet har det vært en utfordring å oppnå en tydelig forståelse av de *gamle travernes* strategier på 1990- tallet. Dette kommer av at fortellingene deres preges av erindringer fra en tid tilbake. Utspillene tyder imidlertid på at de har prøvd å bygge opp under en påbegynt gentrifisering. Denne fortolkningen vil jeg nå utdype og diskutere nærmere.

6.1 Utnyttelse og videreutvikling av potensiell grunnrente Verdi

Begge de to eiendomsutviklerne i *gamle traver*-kategorien, Ove og Arild, forteller at de kjøpte eiendommer på Grünerløkka på begynnelsen av 1990-tallet fordi de så gunstige

muligheter for inntjening her. Begge begrunner sine oppkjøp av eiendommer med at de fikk tilgang til billige leiegårder i forbindelse med kommunens salg tidlig på 1990- tallet. Videre begrunner de investeringene sine ut fra en situasjon da kommunen var positivt innstilt til private initiativer for å heve kvaliteten på stedets bygningsmasse. Ove fremhever for eksempel profittmuligheter i forlengelse av kommuneplanersom uten særlige restriksjoner anerkjente private eiendomsutvikleres transformasjon av industribygninger til boliger.

Eiendomsutviklernes uttalelser viser at de tar utgangspunkt i en grunnleggende kapitalistisk tankegang. De har rettet sitt overordnede fokus på profittmaksimering og ”kjapp inntjening”. Deres vurderinger og begrunnelser for å involvere seg i Grünerløkka boligmarked kan ut fra dette knyttes til Smith (1979) sine teorier om private eiendomsaktørers grunnleggende orientering mot profittmaksimering. Eiendomsaktører tenkes å ta utgangspunkt i en ”rasjonell”, økonomisk tankegang. Både Arild og Ove fastslår at de investerte i eiendom på Grünerløkka på 1990- tallet fordi de oppfattet særlig gode betingelser for å oppnå profittmaksimering og ”kjapp inntjening” her.

Riktignok var ikke eiendomsutviklernes vurderinger og investeringer basert på en situasjon hvor boligmassen var nådd et bunnpunkt med hensyn til forfall. Kommunens videresalg av oppkjøpte leiegårder under byfornyelsen fremheves imidlertid som en forutsetning for investeringene da kommunen opererte med gunstige eiendomspriser. Det kommer også tydelig frem at disse eiendomsutviklerne har orientert seg mot muligheter for å tjene ”raske penger”, ved effektiv utbygging. Et fokus på ”kjapp inntjening” blir også understreket ved at Ove uttrykker frustrasjon over dagens nye restriksjoner knyttet til nybygging og transformasjon av historiske bygg på Grünerløkka. Han har for eksempel opplevd press fra politikere og offentlige myndigheter om å avsette deler av et boligprosjekt til småskalaindustri. Dette er han ikke interessert i: ”Det kan jeg ikke! Da går jeg konkurs! Det er ikke regningssvarlig! Det er ikke mulig for oss å få til et bærekraftig prosjekt på den måten der! Vi vil jo bare regulere og bygge leiligheter og selge de”.

Andre trekk ved eiendomsutviklernes fortellinger om sin inntreden og praksis i boligmarkedet på 1990- tallet tilsier imidlertid også at de tidligste eiendomsutviklerne har basert seg på visjoner om å bidra til endringer i stedets sosiale karakter. Arild forteller for eksempel at eiendomsselskapet hans var opptatt av å skape et mer attraktivt og innbydende

sosialt miljø i tilnytning til et nytt boligprosjekt. Dette etterstrebet han ved å tilrettelegge for dagåpne butikker, heller enn for eksempel puber i første etasje i prosjektet: ”Vi hadde et ønske om at det ikke bare skulle være restauranter, og liv på natta, men at det også skulle være liv på dagtid”. Ove forteller også at han baserte seg på visjoner om å tiltrekke mer ressurssterke beboergrupper i forbindelse med boligutbygging på 1990- tallet. Dette fordi han oppfattet at økonomiske oppgangstider ville gjøre det mer attraktivt å bo i indre byområder:

Vi så potensial nettopp i det uutnyttede, den gangen Vi så behovet for boliger urbant i indre Oslo (...) Vi så at det var økende innflytning, og vi visste at disse trengte et sted å bo. Samtidig så vi oljefunnene i Nordsjøen. Vi så jo hva dette gjorde for forbruket i Norge. Så vi var ganske bevisste på det, at folk flest ville få råd til å kjøpe og da var Grünerløkka et jomfruelig område, boligutviklingsmessig, som lå veldig sentrumsnært..

Ove presiserer at intensjoner om å bidra til en økt attraktivitet i Grünerløkkas boligmarked var begrenset til kvartalsnivå. Det er imidlertid tydelig at han og eiendomsselskapet hans baserte seg på visjoner om å bygge opp under Grünerløkka som et nytt og attraktivt boligområde i indre by: ”Forretningsideen er jo at vi prøver å se en utvikling i et område som vi kan være med på og støtte opp under”. På grunnlag av slike ideer forteller han at eiendomsselskapet bestemte seg for å bygge mer ”estetiske og pene bygg” på 1990- tallet. Dette for å få inn flere ”folk som vasket seg hver dag”. Han utdyper dette:

Gamle boliger som var der måtte rehabiliteres, og gjøres attraktive, for å tiltrekke folk som hadde et slags kvalitetskrav for livene sine da. Og det betyr at da måtte det være mennesker som vasket seg hver dag. Og som rett og slett representerer noe folk flest oppfatter som positive elementer i et attraktivt boligmiljø. Og den typen beboere er jo det du får hvis du løfter kvaliteten og standarden på boligene i området. Og bygger nye bygg som har helt moderne standard. Hvis de bygges riktig og har en bra utforming, så vil de tiltrekke seg folk som vil være med på å bygge opp om et attraktivt bomiljø.(...) Mennesker som har ressurser, de vil gjerne bo der, de vil gjerne identifisere seg med noe sånt, så da får vi de inn på den måten.(...)Da kom også næringsdrivende. Som var flinke og proffe. For da visste de at de fikk et marked, ved at det kom nye, kjøpesterke beboere, og ikke bare folk som er på sosialhjelp, det er det som er hele poenget.

På bakgrunn av slike strategiske fremstøt i boligmarkedet fastslår også Ove at han anser selskapet sitt som en pioner i Grünerløkkas stedsutvikling: ”Vi kaller oss selv for pionerer i utviklingen der. Det er ikke det at vi har vært de *største*. Men vi *har* satt spor etter oss. Vi har i alle fall tilført mye estetisk skjønnhet til området”. Ut fra slike uttalelser, og eiendomsutviklernes egne omtaler av strategier, kan det sies at disse har utøvet en bevisst

strategi for gradvis å gjøre Grünerløkkas boligmarked attraktivt. Ved slike uttalelser blant eiendomsutviklerne blir også Clarks (1995) teorier om tilbudssidens innflytelse på by- og stedsutviklingen aktuelle. Eiendomsutviklerne vært innrettet mot profittmaksimering. De har imidlertid også utøvd strategier for å påvirke det sosiale livet og boligmarkedet på Grünerløkka. Med andre ord har de også etterstrebet å bygge opp under en økt attraktivitet i Grünerløkkas boligmarked. Det kan ut fra dette også tenkes at disse første eiendomsaktørene kan ha bidratt til at nye beboergrupper og andre eiendomsaktører ble interessert i Grünerløkka på 1990- tallet. De *gamle tavernes* fortellinger tilsier imidlertid at eiendomsaktørene som involverte seg mot midten og slutten av 1990-tallet har vært mer bevisste i sine fremgangsmåter for å gradvis bygge opp under et mer attraktivt boligmarked på Grünerløkka.

6.2 Grünerløkka "snakkes inn"

Etter å ha bidratt med utvikling av nye og attraktive boligprosjekter ble eiendomsaktørene i løpet av 1990-tallet etter hvert også engasjert i strategier for å opparbeide Grünerløkkas rykte og omdømme. Eiendomsutvikler Gyrild forteller om stort engasjement blant eiendomsaktørene for å "snakke inn Grünerløkka". De ville bygge opp under et nytt og mer attraktivt stedsimage på Grünerløkka:

Først klarte man å skape noen nye konsepter innen bydelen. Man klarte å gå inn på enkelte områder og utvikle disse. Etter hvert la dette også grunnlag for å skape et helhetlig inntrykk av hva Grünerløkka er nå. Man begynte å se potensialer i området. Og så begynte man å utvikle det. (...) Nå tror jeg markedsføringen av Grünerløkka har blitt enklere fordi stedet selger seg selv mer. Men før så måtte man på en måte selge inn hele bydelen som konsept.

Utspillene om at eiendomsutviklerne bidro med opparbeiding av attraktive konsepter innen bydelen samsvarer med Ove og Arild sine fortellinger og strategier. Flere av eiendomsaktørene i *gamle traverse* kategorien gir imidlertid også uttrykk for at både eiendomsめglere og -utviklere på 1990-tallet, etter hvert gikk inn for å skape et nytt helhetlig boligmarked for mer "resurssterke" grupper på Grünerløkka. Gyrild oppsummerer bakgrunnen for dette:

I dag har Grünerløkka fått vel så mange pluss som de andre boligområdene. Det er det som er forskjellen på før og nå. Før så måtte man lete mer etter dem, for å prøve å finne gullkorna liksom. Nå kjenner folk veldig godt til Grünerløkka (...) Grünerløkka har blitt et godt tegn for folk som kommer utenfra. De ser på det som hipt og kult og ungt og med

de kuleste kafeene. (...) Før så ønsket man å opparbeide Grünerløkka som en bydel. Den er nå opparbeidet. Nå driver vi bare med videreutvikling egentlig. (...) Med en gang man klarer å få opp en slik status for et område, og etablere det, så øker prisene.

Gyrild forteller ikke noe nærmere om hvilke ”gullkorn” eller ”pluss ved stedet” som ble fremhevet i forbindelse med fremstøt for å bygge opp under et positivt stedsimage. Flere av eiendomsmeglerne i *gamle travers* kategorien uttrykker imidlertid at det var en intensjon å markedsføre de pågående endringsprosessene på 1990- tallet. I tillegg fremhever de nye livsstilsmønstre og en ny historisk estetikk som de fanget opp hos de nye innflytterne. Det gir inntrykk av at de begynte å nøre opp under en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka. Jeg vil også utdype en slik fortolkning ved å redegjøre for *gamle travers* omtale av fokusområder i markedsføringen og utbyggingen av boliger på Grünerløkka i løpet av 1990- tallet. Her inngår da særlig tre fokusområder: *markedsføring av endringsprosesser, vektlegging av en historisk estetikk og en fremheving av nye livsstilsformer.*

6.2.1 Markedsføring av endringsprosesser

Markedsføringen av gradvise endringsprosesser fremgår særlig av Gyrilds beretninger om at Grünerløkka ble ”snakket inn” i løpet av 1990- tallet. Intensjonen med en slik strategi var å ”overbevise” mer ”ressurssterke” kjøpergrupper om det attraktive ved å bo på Grünerløkka. Hun poengterer også dette ved å vise til eksempler fra lignende framstøt i bydel Gamle Oslo i dag:

(...) man baserte seg på samme strategier som brukes for å opparbeide Gamlebyen i dag. Da spiller man mye mer på det å prøve å finne det særegne ved området, og dette går veldig mye på hvilken historie som ligger der. Hva er det som har vært der før. Hva var det en gang? Man vil gi kunden mulighet til å følge utviklingen liksom. De skal kunne følge stedets transaksjon til å bli den perla man håper at det skal bli en gang (...) Vi spiller også på det samme i prosjekter som ligger på steder som er litt mer slitne og trøtte i dag. Der bruker vi veldig mye energi på det, på historie.

Mats fremhever også at det var en særskilt intensjon å spille på Grünerløkkas nye utvikling på 1990- tallet. Grünerløkkas tidligere historie omtales som en ”interessevekker” i denne sammenheng. Han fremhever at slike salgsargumenter har hatt god anvendelighet i Grünerløkkas boligmarked:

Et område blir mye mer genuint og mye mer ekte hvis det har en historie som er litt vond å fortelle. Hvis det bare har bodd vellykkede og pene mennesker i området, så blir det for polert. Det blir uinteressant. For det er ikke mennesker som har slitt, i veggene der, som har stått opp tidlig og lagt seg sent. Den historien som Grünerløkka kan fortelle er jo helt spesiell da. For Grünerløkka var jo for den virkelige arbeiderklassen. Den historien er interessant. Det er ikke fullt så interessant å fortelle om kaffe- barene på Frogner. Du kan si at bygårdene på Frogner, de har ikke en like interessant historie. Det er de samme menneskene, og den samme standen kan du si, som har bodd der i 200 år. Det som er interessant på Grünerløkka er jo akkurat det motsatte. Det bodde jo arbeidere der... Du finner jo ikke en arbeider igjen i hele Norge, for det første. Men på Grünerløkka ble de byttet ut med akademikere og kunstnere. Det er interessant (...) Stedet har en historie som er interessant å fortelle. Det er derfor sånne nedslitte bydeler, som for eksempel Greenwich Village får en renessanse (...) Med en gang du får opp en status i et sånt område, og klarer å etablere det, så øker prisene.

Grünerløkkas tidligere historie blir i følge dette resonnementet fremhevet som en interessevekker i markedsføringen av boliger på 1990- tallet. Dette fokuset synes å ha vært del av en strategi for å heve statusen til området. Pågående endringsprosesser, i boligmarked og næringsliv, virker å være betydningsfulle trekk. Mats understreker dette: ”Nettopp fordi det hadde vært et slitent arbeiderstrøk, så hadde Grünerløkka en historie som var interessant å fortelle. Uten nye restauranter og butikker og et nytt uteliv hadde det ikke vært like interessant.” Videre understreker han at utskiftningen av de opprinnelige arbeiderne bidro til å gjøre stedet interessant og aktuelt for nye kjøpergrupper fra høyere sosiale sjikt på 1990- tallet. ”De ble byttet ut med akademikere og kunstnere. Det er interessant”. Han gir uttrykk for å ha vektlagt endringsprosesser som et salgsargument. Når det gjelder strategier for å bygge opp under gentrifiseringen fremgår imidlertid dette av han og andre *gamle traverses* fokus på de nye innflytternes estetiske uttrykk og livsstilsformer.

6.2.2 En historisk estetikk gis salgsverdi

Fokus på en historisk estetikk er ikke knyttet til konkrete eksempler i markedsføringsstrategiene på 1990- tallet. Stian fremhever imidlertid at nye innflytteres preferanser for historiske trekk ved boligen ga opptakt til oppmerksomhet mot denne stilretningen. Han forteller at leiligheter med historiske trekk ble etablert og fremhevet som en ny nisje i Grünerløkkas boligmarkedet på 1990- tallet:

Trenden var at de som kjøpte eldre gårder fra århundreskiftet tok frem de gamle, klassiske detaljene. Veldig mange ønsket seg det de gamle gårdene kunne tilby. Med god takhøyde, rosett og stukkatur, tregulv og gjerne en litt lunere stemning.

Stian fastslår at denne historiske stilretningen også har vedvart i senere tid. Det kan likevel virke som om den hadde en spesielt viktig funksjon i forbindelse med rehabilitering av boliger og boligformidling på Grünerløkka på 1990- tallet. Oddgeir fastslår at interessen for å bo i historiske bygg kan forklares ut fra fremveksten av en bevaringsideologi som ble vekket i forbindelse med den første byfornyelsen. På samme måte som Stian mener han imidlertid at nye beboergrupper ”innførte” denne historiske stilretningen som en ny trend i Grünerløkkas boligmarked og bygningsmasse på 1990- tallet. Videre fastslår Stian at eiendomsaktører strategisk orienterte seg mot denne trenden og estetikken når den ble mer populær:

Fra min start som megler på Grünerløkka, i 89, var det jo veldig mye gamle gårder som var veldig slitt. (..)Det var jo et arbeiderstrøk (...)Så gikk Oslo kommune inn og sa at dette området her, det er slum. De ville bare ha revet alt sammen og bygget nytt, men så kom dette med bevaringstanken inn, at det er sunt å bevare noe av den gamle kulturen. Og bygningene. Men det kostet mye penger, og det endte jo ofte med at leilighetene i de byggene da måtte selges for å finansiere dette. De gamle leietakerne, arbeiderbefolkningen som hadde bodd der, de måtte flytte ut. Og da kom det nye mennesker inn. Også ble det etter hvert dyrere å bo på Grünerløkka, fordi nye innflyttere også gradvis pusset opp området (...)De oppgraderte jo området veldig i standard, og da fikk også stedet en annen type attraktivitet, for det var de som var ute etter freshe eller oppussa leiligheter, og som hadde råd til det, som flytta inn der (...)Og dette gjorde jo også at Grünerløkka ble et sted folk hadde mer tro på, og lyst på. Nye beboere hadde blitt mer interessert i det genuine, gamle og den nostalgiske stilen som man ikke hadde i andre bydeler. Og så, ble også private eiendomsutviklere engasjert i dette. Da kjøpte man opp disse gamle leiegårdene, fordi man så at dette området nå var i ferd med å bli populært, så da var det bare lurt å videreutvikle det. Og da kom jo også mye nye mennesker inn til området.

Stian forteller altså at nyere innflyttere har bygget opp under en økt etterspørsel etter en historisk estetikk ved sin tilstedeværelse i området, og ved gradvise oppjusteringer av boligmassen. Videre mener han at private eiendomsaktører utnyttet denne situasjonen for å tiltrekke flere nye kjøpere. Nye innflyttere måtte betale mer for å kjøpe seg inn i nye, nyoppussede leiligheter og ”arbeiderbefolkningen som hadde bodd der, de måtte flytte ut”. Over tid, mener Stian, er denne typen estetikk blitt mindre betydningsfull for markedsføringen av boliger på Grünerløkka. Det er imidlertid tydelig at han mener at den historiske estetikken var et betydningsfullt salgsargument og hadde stor betydning for markedsføringen av bruktboliger i Grünerløkkas boligmarked på 1990- tallet:

Det var mest i en sånn student- eller kunstnerånd, at det gamle, det med rosett og stukkturer og skjeve gulv var sjarmerende. Når du har mer penger, og kan kjøpe akkurat det du har lyst til, så tenker du gjerne at du vil ha ting perfekt. Det blir viktigere at gulvet er helt rett liksom”.

Bridge (2001) har fastslått at en slik historisk orientert estetikk er spesielt betydningsfull i et tidlig stadium av gentrifiseringen. Denne estetikken – *gentrifieringsestetikken* – kjennetegnes, ifølge Jager (1986), av en blanding av historiske og moderne momenter i boligen. Middelklassen rehabiliterer historiske bygg i indre by til historisk autentiske og distinkte boliger. Samtidig ønsker de at boligene skal være funksjonelle og anvendelige. Videre påpeker også Bridge (2001) at etter hvert som flere beboere innen middelklassen, ønsker å bo i gentrifieringsstrøkene, stiger kravet til modernisering.

Stians utspill gir inntrykk av at han har oppfattet et lignende forløp i gentrifiseringen på Grünerløkka. Jeg har allerede omtalt at eiendomsaktørene besitter solid innsikt i gentrifieringens utløsende årsaker og forløp i forrige kapittel. I denne analysedelen er det imidlertid verdt å merke seg at både Oddgeir og Stian gir uttrykk for å ha fremhevet en klassisk gentrifieringsestetikk i salgsargumenter på 1990- tallet. De har forsøkt å imøtekomme nye kjøpergrupper ved å legge vekt på deres preferanser i markedsføringsstrategier. I forlengelsen av dette kan man si at *gamle traverse* strategisk har bygget opp under en påbegynt gentrifisering, ved å tilpasse markedsføringen mot nye og mer ”ressurssterke” kjøpergrupper på 1990- tallet.

Ved å oppsummere funnene som er presentert ovenfor kan man trekke noen paralleller til Jager (1986), Zukin (1989) og Bridges (2001) teorier om eiendomsaktørers rolle i gentrifieringsstrøk. Det kan synes som at eiendomsaktørene på Grünerløkka har gått inn for å opprettholde en påbegynt gentrifisering ved en kommersialisering av estetiske uttrykk som var knyttet til nye innflyttere på 1990- tallet. I boka *Loft Living* viser Zukin (1989) hvordan eiendomsaktører i New York, på en lignende måte, bygget opp under et nytt boligmarked for middelklassen i indre by. Dette gjorde de nettopp ved å markedsførte en livsstil og de estetiske trekk som kjennetegnet ”trendy” kunstnere som bodde i såkalte *lofts*. Videre har også Jager (1886) Bridge (2001) skissert en situasjon hvor eiendomsmeglere i henholdsvis Melbourne og Sydney har markedsført en gentrifieringsestetikk og en urban livsstil og kultur som kan knyttes til de første innflyttere gentrifieringsstrøk. *Gamle traverse* har på samme måte fokusert på en ny historisk estetikk på Grünerløkka for å bygge opp under en

påbegynt innflytting av mer ”ressurssterke” beboergrupper. Det også frem at eiendomsaktørene har vektlagt nye innflytteres livsstil.

6.2.3 Kultur og livsstil implementeres i salgsargumenter

Både Jager (1986), Zukin (1989, 1993, 1995) og Bridge (2001) har som nevnt funnet at private eiendomsaktører i sin markedsføring, har utnyttet nye estetiske symboler og en ny urban livsstil som kjennetegner de første innflytterne fra middelklassen i klassiske gentrifieringsstrøk. Dette har de gjort for å tiltrekke flere kjøpergrupper fra middelklassen. Som skissert gis det uttrykk for at eiendomsaktørene har lagt vekt på estetiske trekk som assosieres med de første innflytterne. Det kan virke som om eiendomsaktører i *gamle traverse* kategorien også har basert seg på lignende strategier ved å fokusere på nye innflytteres livsstil i løpet av 1990- tallet. Oddgeir har følgende eksempel:

Først spilte man mer på at det var nye typer leiligheter sentralt i Oslo, med det som var populært da, med disse stukkaturene og høyt under taket og sånne ting. Mens etter hvert fikk man like mange bilder av alle uterestaurantene i en boligannonse på Grünerløkka, som av leiligheten nesten, fordi man spilte på miljøet.

Oddgeir presiserer riktignok at strategiene som var knyttet til Grünerløkkas image oftest var knyttet til mindre områder innad på Grünerløkka i denne perioden. ”Når du skulle selge en leilighet på Grünerløkka, så ville du helst kalle det ”Øvre Grünerløkka”. For det var ansett som best når du kom til øvre Foss liksom, og i Markveien. I Thorvald Meyers gate var det ikke like bra som i Markveien.” Han forklarer dette med at nye trendy butikker og uteplasser vokste frem i de sentrale delene av Grünerløkka. Videre poengterer han at det i hovedsak var her de mer ressurssterke kjøpersegmenter flyttet inn.

Det er imidlertid tydelig at eiendomsaktørene etter hvert også gjorde forsøk på å bygge opp under et nytt boligmarked og et nytt stedsbilde i markedsføringen av boliger på Grünerløkka, basert på kulturelle endringer og det sosiale livet her. De nye innflytternes livsstil fremheves som en ny og mer urban livsstil. Videre fremheves også fremveksten av et attraktivt kafe- og uteliv. På samme måte som Ove og Arild fremhever også Kjell at den offentlige byfornyelsen og Grünerløkkas sentrale beliggenhet muliggjorde at nye innflyttere, med mer kjøpekraft, fattet interesse for boligmarkedet her på 1990- tallet. Til forskjell fra Ove og Arild fremhever imidlertid Kjell at endringer i Grünerløkkas sosiale liv også la grunnlag for

eiendomsaktørers oppfattelse av nye profittmuligheter.

Grünerløkka ble et nytt varemerke i indre øst. Folk begynte å oppleve at trekk ved stedet ga en merverdi. I dag har jo folk hørt om Grünerløkka på grunn av kafe- og utelivet. Og da ble det på en måte kult å være på Grünerløkka. (...) Du fikk en gruppe mennesker som turde å satse på Grünerløkka. De har jo definitivt vært med på å bygge opp under Grünerløkka som et varemerke. Etter hvert begynte folk å oppsøke dette området fordi de ble tiltrukket av nye og hippe trender og for eksempel de små og spesielle restaurantene her.

Slike utspill viser at Kjell synes å være kjent med de kulturelle trekk ved en påbegynt gentrifisering, som for eksempel Jager (1986) og Bridge (2001) har omtalt. I dette ligger det at en særegen gentrifiseringsetikk også følges av nye livsstilsformer og en ny urban mentalitet indre byområder. Dette preger etter hvert stedets kultur som helhet: "(...) the constitution of housing as an esthetic-cultural commodity is extended to the inner urban and natural environments, which become an esthetic arena" (Jager 1986: 89). Med hensyn til min analyse av eiendomsaktørenes involvering i boligmarkedet og i gentrifiseringen er det interessant at Kjell mener at lignende tendenser på Grünerløkka på 1990- tallet også bidro til at stedet ble en ny "varemerke" i Oslos boligmarked.

Når det gjelder private eiendomsaktørers utnyttelse av Grünerløkka som en "varemerke" fastslår Kjell at dette kan forklares ut fra enkle økonomiske vurderinger. "Det ligger jo i økonomien. Vi tilpasser oss jo markedet, alle private eiendomsaktører er jo ute etter å tjene mest mulig penger lettest mulig". Som tidligere nevnt har både Smith (1979) og Clark (1995) anerkjent at denne orienteringen ligger til grunn for private eiendomsaktører i boligmarkedet. Clark (1995) fremhever imidlertid at eiendomsaktørene også er med på å bygge opp under nye profittmuligheter i boligmarkedet som følge av en samtidig orientering mot fremtidige profittpotensialer i boligmarkedet. Det er ikke bare slik at de henter ut en profittgevinst. I tråd med dette fremgår det også av Kjell sine fortellinger om eiendomsaktørers strategier på 1990- tallet at de forsøkte å bygge opp under nye livsstilsmessige og kulturelle trender på Grünerløkka for å bygge opp under et mer attraktivt boligmarked her. Han forteller for eksempel at det ble etablert tydelige visjoner om å rette både markedsføringsstrategier og nye utbyggingskonsepter mot nye unge kjøpergrupper, med mer betalingsevne enn opprinnelige beboere på 1990- tallet. Disse gruppene var tenkt å være tiltrukket at et "ungt" og "trendy" uteliv her:

"Det ble utviklet leiligheter som var mye mindre, og som var rettet mot unge uten familie, fordi det tjente man mer penger på, og dette bidro også

til at det ble et mer sånn hipt ungdomssted da.(...) Du fikk inn nye grupper, og en ny alderssammensetning på beboerne. Og folk med mer penger.”

Basert på slike funn kan det også sies at eiendomsaktørene har etterstrebet å bygge opp under et nytt boligområde for beboere fra middelklassen, på Grünerløkka, på 1990- tallet. I tråd med både Jager (1996) og Bridge (2001) sine funn kan det sies at gamle travers har utnyttet en påbegynt gentrifisering ved å fremheve kulturelle endringer som har fulgt av gentrifiseringen. På samme måte som Kjell, oppsummerer også Gyrild at det var en tydelig intensjon å innrette stedets image mot nye unge kjøpersegmenter som følge av påbegynte endringer i boligmarkedet. Hun erindrer at: ”Det var veldig rettet mot at Grünerløkka skulle være ungt og hipt, man skulle bare ha unge og hippe mennesker inn”. På et spørsmål om hvorvidt eiendomsaktørene baserte seg på bevisste intensjoner om å bygge opp under endringsprosesser svarer også Oddgeir:

Ja. Man ønsker jo til syvende og sist å tiltrekke seg dem som kan betale mest for boligene. Og det stimuleres jo gjennom type boliger, markedsføring, og type næringer som befinner seg et sted. Klarer man å få trendy kjeder eller steder inn i bygg eller nærområdet, som man tror er viktig for den målgruppen man ønsker å selge til, så er jo det veldig positivt. Og det har det vært en veldig bevisst holdning til. Når det gjelder næringslokalene i første etasje, i gårdene ut mot Thorvald Meyers gate og Markveien og rundt der, var for eksempel valget av butikker og næringsliv veldig bevisst fra de som eide eiendommene. Man ville få ut de gamle, det satte og det kjedelige. Ikke bare fordi de betalte mindre leie, men også fordi når du får inn andre aktører, så hever du også attraktiviteten for boligene som du kanskje skal selge etterpå. (...) Du selger jo en slags livsstil da, ikke bare boliger, og da må du kunne få en aksept for at det også er den livsstilen som er der. Du kan ikke si at den kommer kanskje senere.

6.3 Oppsummering og diskusjon: Et kunsterisk produksjonsmodus?

Gamle traverses fortellinger om strategier i Grünerløkkas boligmarked på 1990- tallet gir inntrykk av at disse aktørene har vært involvert i en påbegynt gentrifisering i denne perioden. Det kan virke som om de har etterstrebet å opprettholde en påbegynt gentrifisering her. Denne fortolkningen baserer jeg på funn som tilsier at både eiendomsmeglere og -utviklere har basert seg på intensjoner om å bygge opp under en gradvis økende attraktivitet i Grünerløkkas boligmarked. Videre fremgår det mer at de

strategisk har innrettet seg mot nye og ”ressurssterke” beboergrupper i forbindelse med eiendomsformidling og -utvikling.

De tidligste eiendomsutviklerne forteller at de etterstrebet å tiltrekke nye kjøpergrupper med mer betalingsevne i forbindelse med utbyggingen av nye boligprosjekter på begynnelsen av 1990- tallet. Eiendomsutvikler Arild har for eksempel tilrettelagt for et mer attraktivt sosialt miljø, ved etablering av dagåpne butikker i 1.etg i boligprosjektene. Videre har Ove vært opptatt av å tilføre estetiske kvaliteter ved nybygg for å få inn ”beboere som vasket seg hver dag”. Ove og Arilds strategier har vært tydelig innrettet mot de konkrete boligprosjektene på kvartalsnivå. Over tid virker det imidlertid som om *gamle travers* også har orientert seg mot strategier for å bygge opp under et nytt og mer helhetlig bilde av Grünerløkka som et attraktivt boligområde for unge beboergrupper fra middelklassen. For det første har de fremhevet pågående endringsprosesser i bydelen i markedsføringsstrategier.

Arbeidsklassehistorien omtales som en interessevekker men nye tendenser i boligmarkedet synes i hovedsak å ha blitt fremhevet. Videre virker det som om *gamle travers* har fremhevet en ny historisk estetikk i forbindelse med markedsføringen av bruktboliger. I tillegg går det også frem at de har markedsført et ”trendy” og ”hipt” sosialt miljø. Til slutt gis det også inntrykk av at nye unge kjøpere fra middelklassen har skapt en interesse for å utvikle nye boliger som var innrettet mot disse kjøperne, blant eiendomsutviklere på 1990- tallet. Ut fra denne informasjonen oppfatter jeg at eiendomsaktørene har etterstrebet å tillegge Grünerløkka en ny symbolverdi, eller et nytt image, for å tiltrekke flere nye kjøpergrupper med mer kjøpekraft.

På grunnlag av disse funnene oppfatter jeg at *gamle travers* har utnyttet en påbegynt gentrifisering, i kommersielle strategier i boligmarked på Grünerløkka, på 1990- tallet. Det kan sies at de har basert seg på strategier som kan knyttes til en kunstnerisk produksjonsmodus (”artistic mode of production”) i boligmarkedet. Med dette mener jeg at det kan trekkes paralleller mellom *gamle travers* strategier i boligmarkedet på Grünerløkka og Zukin (1989) sine teorier om eiendomsaktørers kommersialisering av loft-markedet i SoHo. Det fremgår ikke at eiendomsaktørene har fokusert på *kunstneres* livsstil og estetiske uttrykk eksplisitt. Oddgeir omtaler imidlertid disse innflytterne som ” litt mer den kunstner og unge typen”. Som det fremgikk av forrige kapittel var det også et gjennomgående trekk ved eiendomsaktørenes beskrivelse av de første innflytterne at de omtaler disse som en type

”trendsettere” eller ” dem som er førstemann til å ta bølgen, i forhold til å finne nye boligområder”. Når de videre forteller at de har basert seg på spesielle trekk ved disse innflytterne kjenner jeg igjen Zukins (1989) omtale av en kunstnerisk produksjonsmodus. Det kan sies at de har utnyttet særlige trekk ved innflytterne eller gentrifiserere for å tegne et bilde av Grünerløkka som et mer attraktivt boligområde for unge middelklassebeboere på 1990- tallet.

Disse funnene er imidlertid basert på et fåtall eiendomsaktørers erindringer fra 1990- tallet. Det fremkom *også* at eiendomsutviklerne som involverte seg i boligmarkedet på begynnelsen av 1990- tallet i størst grad var interessert i gunstige investeringsmuligheter og potensialer for ”kjapp” inntjening. Av den grunn virker det ikke som om alle eiendomsutviklerne har vært opptatt av å bygge opp under gentrifiseringen på Grünerløkka. Fortellingene til de *gamle traverne* tyder imidlertid på at noen av eiendomsaktørene etter hvert fanget opp trekk ved en påbegynt gentrifisering, og la disse til grunn for markedsføring og utbygging her. I det neste kapitlet vil jeg undersøke den samme tematikken ut fra intervjuer med eiendomsaktører som har operert i Grünerløkkas boligmarked i nyere tid. Fra denne perioden har jeg et mer omfattende og detaljert datamateriale.

7. Markedsførings- og utbyggingsstrategier i boligmarkedet på Grünerløkka på 2000-tallet

I kapittel fem utmerket *nykommerne* seg med visjoner om å videreutvikle profittpotensialet i dagens boligmarked på Grünerløkka. Med det som bakgrunn vil jeg i dette kapitlet, undersøke om de også utøver strategier for å forsterke og videreutvikle en påbegynt gentrifisering i dagens boligmarked på Grünerløkka. *Dagens boligmarked* defineres fra cirka år 2000 og frem til i dag.

I forrige kapittel fortolket jeg at *gamle travere* fanget opp- og utnyttet trekk ved en påbegynt gentrifisering i markedsføringen av Grünerløkka som bolig- og bruksområde på 1990-tallet. Dette er en praksis blant private eiendomsaktører som både Jager (1986), Zukin (1989) og Bridge (2001) har omtalt. Nyere teorier og funn har også vist at private eiendomsaktører etterstreber å *forsterke* en klassisk gentrifisering i indre byområder. Dette gjør de ved å rette markedsføringen mot kjøpergrupper med høyere kjøpekraft enn de opprinnelige innflytterne i klassiske gentrifiseringsstrøk.

Young m.fl. (2006) har for eksempel funnet at private eiendomsaktører i boligmarkedet i Manchester innretter markedsføringsstrategier mot middelklassebeboere med høy kulturell og økonomisk kapital. Dette viser seg for eksempel i et fokus på konsum. Videre ved en ensidig fremstilling av det urbane livet i indre by som er inrettet mot disse kjøpergruppens preferanser for kunst, kultur og kafeliv. Zukin (1991, 1995) og Davidson og Lees (2005) har også skissert en tydelig orientering mot beboergrupper med høy kulturell og økonomisk kapital i forbindelse med eiendomsutvikleres valg av boligkonsepter i indre byområder. Historiske, arkitektoniske elementer og en ”urban profil” legges til grunn for utviklingen av kostbare og eksklusive nye boligprosjekter. Med utgangspunkt i disse studiene vil jeg undersøke om eiendomsaktører i *nykommer* kategorien også synes å etterstrebe en mer eksklusiv variant av gentrifiseringen i dagens boligmarked på Grünerløkka.

Til forskjell fra forrige kapittel er datamaterialet som ligger til grunn i dette analysekapitlet mer omfattende. Det er fordi jeg har kunnet supplere materialet med notater fra noen observasjoner ved boligvisninger og med strategiske dokumenter fra utviklingen av boligprosjektet Waldemars Hage (byggetrinn en og to). Resonnementene til

eiendomsaktørene har også vært mer detaljerte ettersom eiendomsaktørene har kunnet relatere spørsmål om strategier til nyere erfaringer i Grünerløkkas boligmarked. For å systematisere analysen har jeg delt den inn i tre deler. Først analyserer jeg markedsføringsstrategiene til eiendomsmeglere i bruktboligmassen. Deretter redegjør jeg for eiendomsutvikleres visjoner i forbindelse med boligutbygging på Grünerløkka. Til slutt analyserer jeg eiendomsutviklernes valg av markedsføringsstrategier og boligkonsepter.

7.1 Eiendomsmevlernes markedsføringsstrategier i bruktboligmassen

Eiendomsmevlere i *nykommer* kategorien gir tydelig uttrykk for viktigheten av å fremheve trekk ved Grünerløkkas sosiale miljø i markedsføringen av boliger. Jan forteller for eksempel at han pleier å nevne noen typiske trekk ved det sosiale miljøet i forbindelse med boligsalg: ”Det er jo kafeer og butikker og shopping og uteliv og parker som er standarden. Og et yrende funkis-liv. Det er jo mange spesielle folk som bor her. Og da velger jeg å kalle det for funkis”. Rolv fastslår også at det ville være unaturlig og ikke nevne noe om det sosiale miljøet på Grünerløkka, da stedet er kjent for dette: ”Det ville vært feil om vi ikke fortalte at det fantes. Det ville vært rart”. Christian forteller også at han oppfordrer interessenter til å gå på kafé og observere menneskene og det sosiale livet her, i forbindelse med boligsalg:

Hvis folk spør hvordan området er så forteller jeg litt, men det beste de kan gjøre er å gå på kafé selv, pleier vi å si. Ikke sant, gå og sett deg på Fru Hagen eller Parkteateret og se på folk, så skjønner du det. Man må liksom oppleve det selv.

Disse uttalelsene forteller at salgsargumenter som ble knyttet til Grünerløkkas sosiale og *urbane* miljø, i forbindelse med *gamle traverses* ”innsnakking” på 1990-tallet, er blitt videreført til nyere tid. Eiendomsmevlernes i *nykommer*-kategorien virker imidlertid å være mindre orientert mot strategier for å bygge opp under Grünerløkkas image og attraktivitet som helhet, til sammenligning med *gamle traverser*. Dette kommer av at de oppfatter at stedet allerede er etablert som et attraktivt område i Oslos boligmarked. Av denne grunn uttrykker også eiendomsmevlernes at det er blitt mindre relevant å ”overbevise” interessenter om stedets attraktivitet i dag. Christian fastslår for eksempel at ”Det har vært hipt i såpass

mange år nå. Tiden for markedsføring av stedet er litt over. Grünerløkka er et sted de fleste kjenner nå, og merkevaren Grünerløkka har blitt mye sterkere de siste 10–15 årene”. På et oppfølgende spørsmål om hva som menes med at Grünerløkka markedsføres som et ”spesielt” sted, med henvisning til en foreliggende boligannonse, svarer han også:

Nei, altså den teksten som står der, det er sånn som vi har i alle prospekter. Det er et reklamebyrå som har skrevet det. Det vi mener med det er at Grünerløkka er spesielt, det er at det er litt mer sjel, at du har de små butikkene og ikke bare de store kjedene hele veien. Og litt det med at Grünerløkka er noe som blir litt mer personlig enn mye annet i Oslo. Du kan kjøpe ting som du ikke får kjøpt andre steder, i spesielle butikker, av folk som lager det selv. Og... mye folkeliv egentlig. Men det er kjøpergruppene som kommer til oss i dag. Vi trenger ikke å oppsøke de så mye.(...) De fleste kjenner til Grünerløkka. Så det blir nesten litt overflødig å ramse opp sånn altfor mye om det, så i salgsstrategier så bruker vi det ikke så mye.

Oppsummerende kan det sies at samtlige av eiendomsmeglerne oppfatter at Grünerløkka i større grad selger seg selv i dag, fordi de oppfatter at det er blitt etablert som et trendy og anerkjent boligområde. Rolv fastslår også dette: ”Grünerløkka har blitt kjent, folk vet mer hva som er her. Og da flagger man ikke stedet like mye som før. Man trenger ikke lengre å skrive en lang stil om Grünerløkka og hvor kjempeflott det er”. Det kan imidlertid virke som om eiendomsmeglerne i *nykommer*-kategorien prøver å fremheve et mer sammensatt bilde av hvilke stilmessige uttrykk, livsstilsformer og kjøpersegmenter som ”passer inn” på Grünerløkka, enn hva tilfellet er hos de *gamle traverne*. Dette gjør de for å nå ut til flere kjøpersegmenter fra middelklassesjiktet og fra høyere sosiale lag. *Nykommerne* gir også uttrykk for å ha vektlagt og fremhevet fremveksten av en mer eksklusiv historisk stilretning i Grünerløkkas boligmarked, i forbindelse med markedsføringen av bruktboliger. I tillegg har de fremhevet utviklingspotensialer i mindre attraktive deler av Grünerløkkaområdet og i randsonen til Grünerløkka. På grunnlag av dette kan det også sies at eiendomsmeglerne kan bidra til å opprettholde, forsterke og spre gentrifiseringen i dagens boligmarked. Denne fortolkningen vil jeg utdype og begrunne i det følgende.

7.1.1 Grünerløkka for “alle”

Til forskjell fra *gamle traverne* virker eiendomsmeglere i *nykommer*-kategorien å være mer opptatt av å markedsføre Grünerløkka som et sammensatt, etablert og ”voksent” sted. Som tidligere nevnt fastslår for eksempel John: ”Du trenger ikke være noen urban hippie for å bo

her i dag. Det er mer den normale mannen i gata som bor her i dag”. Eiendomsmeglerne synes å være opptatt av å ikke ekskludere noen av kjøpersegmentene innenfor middelklassen og det høyere sosiale sjikt. Rolv forteller for eksempel at det er blitt mer aktuelt å fremheve nærhet til skoler, stille bakgårder og bakgårder med lekemuligheter, for å få flere kjøpergrupper til å vurdere Grünerløkka som et attraktivt boligområde. Videre forteller for eksempel Rolv at historiske trekk ved stedet og boligen blir fremhevet ”hvis du har med en stor, dyr bolig å gjøre, hvor målgruppene gjerne er litt eldre”. Christian fremhever, på sin side, at han i større grad vil markedsføre parkeringsmuligheter og leilighetens modernisering enn visse trekk ved stedet. Dette går også fram av salgsargumenter han fremsetter på en boligvisning (vedlegg 3, observasjon nr. 1). Her betones for eksempel parkeringen og graden av modernisering ved bad og kjøkken.

Ut fra dette fremstår en forskjell i dagens markedsføring, sammenlignet med *gamle traverses* orientering mot unge førstegangskjøpere på 1990-tallet. Ettersom flere segmenter med god økonomi har blitt interessert i å bo her, mener eiendomsmeglerne i *nykommer*-kategorien at det ikke lenger er hensiktsmessig å spisse markedsføringen mot visse livsstilsgrupper eller aldersegmenter. Rolv fastslår for eksempel dette: ”Vi må prøve å treffe bredest mulig sånn at vi kan få inn alt mulig”. Jan gir uttrykk for lignende perspektiver: ”Alle er en potensiell kjøper i dag”. Oppsummerende fastslår imidlertid alle eiendomsmeglerne at potensielle kjøpergrupper må ha god økonomi for å bo på Grünerløkka i dag, særlig i de sentrale delene av Grünerløkka. Christian fastslår også dette som et generelt trekk ved boligmarkedet på Grünerløkka: ”Skal du kjøpe noe på Grünerløkka i dag, så må du jo ha litt penger uansett”. Slik kan det virke som om eiendomsmeglerne baserer seg på en snever definisjon av ”alle” når de forfekter at ”alle” kan bo på Grünerløkka i dag.

Ingen av eiendomsmeglerne i *nykommer*-kategorien uttrykker tydelige visjoner eller intensjoner om å skape *nye* bilder av Grünerløkka. Det kan heller sies at de etterstreber å opprettholde, ”stabilisere” og styrke gentrifiseringen, ved bevisst å rette seg mot flere kjøpersegmenter innen middelklassesjiktet. De nedtoner for eksempel markedsføringen av et ”ungt” uteliv og fremhever heller nærhet til skoler og barnehager. Andre fokusområder i eiendomsmeglernes markedsføringsstrategier tilsier imidlertid at de også kan sies å bygge

opp under en forsterkning av gentrifiseringen på Grünerløkka. Mer spesifikt synes de å fremheve en ny og mer eksklusiv historisk estetikk i Grünerløkkas bruktboligmasse. Videre går det også frem av deres strategier at de ønsker å spre gentrifiseringen til det de omtaler som mindre attraktive områder i Bydel Grünerløkka.

7.1.2 Ny estetikk

I forrige kapittel kom det fram at *gamle traverse* var særlig opptatt av å fremheve en historisk estetikk som en ny trend i boligmarkedet, i forbindelse med boligformidling på Grünerløkka på 1990-tallet. Nykommer og eiendomsmegler Christian mener også at denne stilretningen har økt i popularitet i dagens boligmarked:

De gamle klassiske leilighetene som har høyt under taket, store vindusarealer, tregulv, peis og alt sammen... Det er jo noe som er blitt kjempepopulært, og det selger seg nesten selv med gode bilder og markedsføring.

Denne stilen ble i utgangspunktet knyttet til nye innflyttere i Grünerløkkas boligmarked på 1990-tallet av *gamle traverse*. Jeg har i forrige kapittel fortolket at denne stilretningen opprinnelig var assosiert med en type ”hippier” i Grünerløkkas boligmarked, med referanser til Ley (1996) sin omtale av de første innflytterne i gentrifiseringsstrøk i hans syklusmodell. Eiendomsmeglerne i *nykommer*-kategorien omtaler imidlertid den historiske estetikken og målgrupper for denne typen boliger, på en annen måte enn *gamle traverse*. Både Jan og Rolv beskriver den historiske stilretningen som en type ”vestkantstil” og gir uttrykk for at denne estetikken, i dag, i større grad kan knyttes til beboergrupper med mye økonomisk kapital. Christian omtaler ikke den historiske estetikken som en klar vestkantstil, men han gir også uttrykk for at den, i større grad, kan beskrives som mer eksklusiv ved å for eksempel omtale den som ”prangende”.

Videre omtaler også eiendomsmeglerne denne historiske estetikken som den mest ”moteriktige” stilen på Grünerløkka i dag. Rolv forteller for eksempel at han har omtalt øvre del av Grünerløkka som ”beste løkka”, fordi han mener boligene der representerer det mest attraktive boalternativet på Grünerløkka. Disse boligene kjennetegnes ved en høy grad av modernisering, samtidig som historiske fasader er bevart og rehabilitert. På samme måte forteller også Christian at denne typen boliger fremheves som spesielt attraktive og ”typiske Grünerløkka-boliger med sjarm”, i forbindelse med en boligvisning (vedlegg 3, observasjon nr. 3). Han forklarer også at denne stilretningen er mest ”in” på Grünerløkka i dag. På

samme måte som på 1990-tallet fremheves altså i dag den historiske estetikken som en trend og som et salgsargument. Det fremkommer imidlertid at slike boliger i dag krever en større modernisering og er av en mer eksklusiv variant. Jan forklarer: "Du skal ikke lengre bakover enn 1999, så blir et kjøkken eller bad i en slik leilighet ansett som gammelt og utgått". Christian omtaler også målgruppene for disse "gjennomførte" boligene som "ressurssterke" og "kjøpesterke"(vedlegg 3, observasjon nr. 3).

Eiendomsmeglerne synes altså å være observante på og orientert mot fremveksten av en mer eksklusiv gentrifiseringsestetikk i Grünerløkka boligmarked i dag. De moderniserte boligene i øvre del av Grünerløkka fremheves som et ideal og som en attraktiv trend. Bridge (2001) har omtalt fremveksten av en lignende estetikk i forbindelse med en pågående gentrifisering i Sydney. Den klassiske gentrifiseringsestetikken var først kjennetegnet ved den nye middelklassens rehabiliteringer av historiske boliger. Denne typen rehabiliteringer var ofte moderate. Etter hvert som gentrifiseringen forløp ble imidlertid boligene gradvis mer modernisert, og gradvis dyrere, ettersom flere kjøpesterke beboergrupper kjøpte seg inn i boligmarkedet. Som følge av dette oppsto en mer eksklusiv gentrifiseringsestetikk.

Bridge (2001) sin omtale av denne eksklusive gentrifiseringsestetikken er i stor grad forklart ved konsumentdrevne endringsprosesser som for eksempel Ley (1996) har skissert i syklusmodellen. Middelklassebeboere med stadig høyere økonomisk kapital tiltrekkes av gentrifiseringsstrøkene nye image og omdømme. På denne måten øker prisnivået i gentrifiseringsstrøket. Videre bidrar nye innflyttere til en gradvis modernisering av boligmassen ved at de foretar ytterligere rehabiliteringer. Bridge (2001) fastslår imidlertid også at eiendomsmeglerne har en sentral rolle i å formidle denne estetikken som en attraktiv nisje i gentrifiseringsstrøkene. På samme måte synes også eiendomsmeglerne på Grünerløkka å være opptatt av å markedsføre denne estetikken som et salgsargument og som en nisje i boligmarkedet.

Jan forteller også klart at han har oppfordret kjøpere og selgere på Grünerløkka til å foreta en gradvis rehabilitering og modernisering av boliger på Grünerløkka i dag. Dette virker også å være en tydelig strategi: "Jeg prøver å påvirke, eller gi tips da, til de jeg er på befaring

hos, om hva de bør gjøre med leiligheten sin, for at den kan være mer omsettelig”. Han forteller også at meglerkontoret hans tilbyr konsulenttimer med en interiørdesigner til kunder som skal selge boligen sin. Det kan ut fra dette også virke som om Jan og selskapet hans mer strategisk bygger opp under en gradvis rehabilitering og modernisering av bruktboligmassen på Grünerløkka. Det virker også som om strategiene er basert på intensjoner om å bygge opp under en pågående gentrifisering:

Når de skal selge igjen, så fremstår jo leiligheten som mye finere hvis de har pusset den opp og sånt. Det blir jo en positiv utvikling, både for dem og for oss. Jo finere leiligheter det er, jo lettere er det å omsette, og det fører jo til at markedsandelene stiger, og da blir det jo en økning da, for hele området. Hvis man bare greier å fortsette å opprettholde de gamle bygårdene og holder de fine, og maler de, og passer på at de ikke ser gamle ut. Hvis de greier å opprettholde det, så kommer det til å ha en positiv utvikling på området i sin helhet. (...) Det må ikke forfalle rett og slett fordi det m ikke bli en segmentgruppe av personer som bor her sånn som det er på Grønland nå. Det er jo alt mulig der, og et flertall av innvandrere. Og det var det jo også her før. Men så har det jo begynt å bli bedre. Og prisene har steget, og så lenge man klarer å opprettholde det, slik at alle kan flytte hit, så kommer området til å holde sin særegenhet og attraktivitet.

På bakgrunn av dette oppfatter jeg det slik at alle eiendomsmeglerne på Grünerløkka, i dag til en viss grad spiller på en eksklusiv historisk gentrifieringsestetikk som en attraktiv nisje i boligmarkedet. På denne måten kan det også tenkes at kan komme til å forsterke en påbegynt gentrifisering. For det første går det frem av markedsføringsstrategiene deres at de retter denne typen estetikk mot kjøpergrupper fra vestkanten. Ut fra dette kan det virke som om eiendomsmeglere i *nykommer* kategorien i større grad orienterer seg mot mer kjøpesterke beboergrupper som Ley (1996) knytter til senere stadier i gentrifieringssyklusen. Til forskjell fra dette virket det i større grad som om *gamle travere* som rettet seg mot ”hippies” på 1990- tallet. Stian uttalte i forrige kapittel at gulvene skulle være litt skjeve på 1990- tallet fordi dette ga en sjarm til leiligheten. I dag synes fokuset å være endret. Graden av modernisering og eksklusivitet virker i større grad å vektlegges i forbindelse med salg av boliger i gamle leiegårder. De historiske trekkene ved boligene fremheves fortsatt som sentrale, betydningsfulle og attraktive. Rolv beklager seg for eksempel over at en leilighet ”i for stor grad” er modernisert. Han viser til at stukkaturen er fjernet fra taket i leiligheten. Som følge av dette mener han at leiligheten mister særpreg og dermed synker i verdi (vedlegg 3, observasjon nr. 3). Ved konkrete fokus på en mer eksklusive gentrifieringsestetikk i forbindelse med markedsføring av boliger oppfatter jeg at eiendomsmeglerne til en viss grad kan komme til å bygge opp under en forsterket

gentrifiering i Grünerløkkas boligmarked. Det tydeligste uttrykket for at eiendomsmeglerne involverer seg i en videreutvikling av gentrifieringen fremgår imidlertid av markedsføringsstrategier som er ment for å spre endringsprosesser i Grünerløkkas boligmarked til et større område i Bydel Grünerløkka.

7.1.3 Utvidelse- og spredning av endringsprosesser

Alle eiendomsmeglerne i *nykommer*-kategorien mener at visse områder innad på Grünerløkka er mer attraktive enn andre områder. Mer spesifikt refererer eiendomsmeglerne til øvre del av Thorvald Meyers gate og øvre del av Markveien og parallellgatene som krysser disse, når de omtaler de mest attraktive områdene på Grünerløkka. Denne avgrensningen forklarer de med at boligene i størst grad er modernisert og at omdømmet er mest etablert her. Videre fremhever de en attraktiv nærhet til populære butikker, kafeer og utesteder her. De minst attraktive delene omtales som nedre del av Markveien og Thorvald Meyers gate. De resterende områdene i bydel Grünerløkka beskrives som ”utkanten”. Omtalen av de ulike stedene internt på Grünerløkka viser også klare formeninger om hvilke områder som er mest og minst attraktive. Dette kommer blant annet frem ved John sin omtale av lokale variasjoner:

Indrefiletten på Grünerløkka, det er jo Marseilles gate. Den er jo fantastisk og kjempeflott. Det er absolutt den fineste gata. De boligene som går ut mot parkene der er jo veldig stas. Men jo lengre ned du kommer i Markveien, og ned der mot Trondheimsveien, der er det jo masse dritt. Bare konemisshandlere og negre.

Til tross for interne variasjoner i bydelen antyder imidlertid både Rolv, Jan og John at de vil fremheve nærheten til attraktive områder på Grünerløkka, når boligene befinner seg i mindre sentrale eller mindre attraktive deler av bydelen. Rolv forklarer: ”Du vil beskrive hvor langt det er til de stedene du anser som attraktive”. John baserer seg på lignende strategier: ”Det er jo flere dårlige områder. Men det uthever vi ikke på noen måte. Vi kaller det Grünerløkka og lar det stå til ”.

Alle eiendomsmeglerne fremhever imidlertid også at de vil fremheve utviklingspotensialene ved boligvisninger i det de oppfatter som mindre attraktive områder på Grünerløkka. John fremhever for eksempel en pågående utvikling i Grünerløkkas randsoner. ”Det er jo en av

kjepphestene våre!”. Christian forteller at han har basert seg på intensjoner om å nå ut til unge og mer vågale kjøpergrupper, og nye innflyttere utenbys fra, i områder som ligger i Grünerløkkas utkantområder. Dette gjør han fordi han oppfatter at kan overbevises om attraksjonen i å bo her fordi de i utgangspunktet er interessert i Grünerløkkas merkenavn. Han fastslår for eksempel at ”Mange blir jo skeptiske når de kommer til den nedre delen av Grünerløkka. Men når de er der og kikker, så blir jo de fleste fornøyde.” I svar på spørsmål om hvilke salgsargumenter han fremhever ved boligvisninger i slike områder understreker også Christian at han fremhever utviklingspotensialer:

Jeg trekker veldig mye på egne erfaringer. Jeg forklarer for eksempel at jeg har bodd i nedre del av Grünerløkka med kjæresten min, og bodd her såpass lenge, og at jeg synes det har vært kjempetrivelig, og at jeg aldri har opplevd noe skummelt. Man ser jo at det er et litt annet klientell noen ganger, på natta, og litt sånne ting. Det må man jo være ærlig om. Men så må man jo fremheve potensialet.

Hvilket potensial?

Nei, at det blir mer og mer bedre butikker, bedre boligmasse, og at folk oppgraderer hele tiden. Og mange av de gamle kommunale boligene selges jo mer og mer ut. Og det flytter privatpersoner inn, som tar bedre vare på ting, og kanskje at det er litt mer kjøpesterke beboere og den biten der. Det blir liksom det at det skjer en utvikling på det hele tiden, at det blir bedre og bedre. Du kan jo se nede ved Trondheimsveien og rundt der, hvor stor skepsis det var hele tiden, men så plutselig så åpnet Süd-Øst, som er et utested, så plutselig sto det i alle avisene at til og med Celina Midelfart nå sto i kø for å komme inn her liksom... og bilde av henne på utsiden liksom, nede på Trondheimsveien, på Grünerløkka. Det er litt sånn... plutselig får du det hippe stedet inn der. Det er liksom sånne ting som gjør det. Også får du et nytt et ved siden av, også begynner det å bygge på seg, også ser både folk som flytter, og bedrifter som skal starte nye steder at det er kanskje litt mye i leie, men det har mye potensial. Så begynner det smått å bygge på seg hele tiden. Hvis det er et område som ligger nærme, som har lavere pris, fordi det har litt mere dårligere rykte i den biten der, så vil folk flytte mer inn dit, og da vil også det stige i pris.

Utspillet til Christian gir inntrykk av at han har markedsført en kommende utvikling i områder som oppfattes som mindre attraktive enn de sentrale delene på Grünerløkka. På grunnlag av dette kan det også fortolkes at han etterstrever å spre en påbegynt gentrifisering til et større geografisk område. Til sammenligning med eiendomsaktørene i *gamle travere* kategorien, kan det virke som om han forsøker å ”snakke inn” områder i randsonen. Lignende markedsføringsstrategier går også igjen i Jan og Rolv sine fortellinger om strategier. Rolv fastslår for eksempel at han har god innsikt i variasjoner mellom områder internt på Grünerløkka, og at dette er en stor fordel med hensyn til eiendomsmegling her. Mer spesifikt forteller han at han spiller på en ”vestkantfølelse” i de sentrale delene av

Grünerløkka fordi han oppfatter at ”vestkantfolk” vil føle seg mest hjemme her. Han fremhever imidlertid at ”nye kan være Grünerløkka”, og på samme måte som Christian konstaterer han at nye interessenter også kan overbevises om at det ligger utviklingspotensial i nærliggende og mindre attraktive områder, over tid. Også han har vist til egne erfaringer ved å ha bodd i nedre del av Grünerløkka. Han har for eksempel fremhevet at medias fremstillinger av nedre del av Grünerløkka er ”oppblåste”. Videre har han illustrert utviklingspotensialet i området ved å vise til nye utbyggingsprosjekter:

Jeg har for eksempel en leilighet for salg nede i Herslebsgate nå, ved siden av der BI lå før, hvor noen kanskje synes det er litt folketomt fordi BI er borte. Det står jo tomt der, og da er det greit å vite at det bygges leiligheter inni der, som skal stå ferdige en eller annen gang rundt sommeren neste år, og hvor SATS (treningssenter- min kommentar) har tegnet en leieavtale på et lokale her. Byutviklingen vil jo da også gå ned over der. Det kan jo være viktig å vite hvis man kjøper i nærheten der. (...) Det er en typisk ting å snakke om på boligvisning.

Oppsummerende kan det sies at både Rolv, Christian, Jan og John bygger opp under en spredning av gentrifiseringen til et større geografisk område i bydel Grünerløkka. Christian formulerer også tydelige visjoner om en spredning av gentrifisering når han omtaler en positiv utvikling hvor man ”kvitter seg med mellomstedene” og at ”alt flyter mer sammen og du får en mer helhetlig bydel”. Ut fra dette kan det sies at eiendomsmeglerne i *nykommer*-kategorien, utøver strategier for å videreutvikle gentrifiseringen. Som nevnt i forrige underkapittel kan de også sies å forsterke gentrifiseringen ved at de markedsfører en eksklusiv historisk estetikk i Grünerløkkas boligmarked. *Eiendomsutviklere* synes imidlertid tydeligst å ville bygge opp under en forsterket gentrifisering. Dette vil jeg utdype og diskutere i den resterende delen av kapitlet.

7.2 Eiendomsutvikleres visjoner

Til sammenligning med eiendomsmeglerne i bruktboligmassen er det tydelig at eiendomsutviklere i større grad uttaler konkrete visjoner med hensyn til målgrupper. Det fremgår at eiendomsutviklerne har et bevisst forhold til en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka og at de baserer seg på denne typen stedsutvikling i utviklingen av nye boligprosjekter her. Det mest konkrete uttrykket for dette finner jeg i et dokument som har ligget til grunn for utbyggingen og markedsføringen av utbyggingstrinn nummer to i

boligprosjektet Waldemars Hage (vedlegg 3, dokument nr. 2). Her skisseres en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka. Videre følger en vurdering av aktuelle kjøpergrupper i nybygg i Grünerløkkas randsoner, i lys av gentrifiseringen:

- *Gentrifiserere med kulturell kapital gjør et i utgangspunktet dårlig strøk populært (eks Greenwich Village og Grünerløkka).*
- *Dette urbane bylivet virker attraktivt på de som vil "kjøpe" seg kultur og god smak.*
- *Etter hvert følger de med mer økonomiske ressurser etter og boligprisene stiger.*
- *Dette har skjedd med Grünerløkka og Waldemars Hage er et prosjekt helt "inntil" som skiller seg ut her – med høy standard og gjennomført arkitektur.*
- *Waldemars Hage fremstår som et slikt gentrifisert sted, men "rensket" for den usikkerheten som henger ved Grünerløkka.*
- *Dette gjør det trygt og sikkert for de fra Oslo vest og utenbys fra, å flytte dit.*
- *Waldemars hage er "beste/ vestre Østkant"*

Dette utdraget og resonnementet gir tydelig uttrykk for at eiendomsutviklerne bak Waldemars Hage 2 (Byggholdt) har etterstrebet å tiltrekke mer kjøpesterke beboergrupper til prosjektet. Mer spesifikt har de gått inn for å tilby et bedre boalternativ for nye kjøpergrupper med "mer økonomiske ressurser". Nærheten til Grünerløkka fremheves som et sentralt utgangspunkt for prosjektets orientering mot disse kjøpergruppene. Likevel er det imidlertid tydelig at boligprosjektet er ment å fungere som et bedre boligalternativ ved at det "(...) skiller seg ut her med høy standard og gjennomført arkitektur(...)", samtidig som det ligger "helt inntil" Grünerløkka.

Utbyggingen av Waldemars Hage 2 rettes også helt konkret mot en "moden gentrifikasjon" (vedlegg 3, dokument nr. 2). Dette fremgår av prosjektets "målgruppestrategi". Mer spesifikt fastslås det i denne sammenheng: "Vi må fange opp dem som følger inspirasjonsretningene". Utbyggerne synes tydelig å basere seg en oppfattelse av muligheter for å tiltrekke beboere med høyere økonomisk kapital enn dagens beboere i bruktboligmassen. I et supplerende dokument som omhandler målgrupper, produkt og kommunikasjon (vedlegg 3, dokument nr. 3) omtales også målgruppene som "økonomihierarkiet og kulturhierarkiet (...)." Det fremgår tydelige intensjoner om å tiltrekke spesielt "ressurssterke" beboergrupper i forbindelse med utbyggingen av Waldemars Hage 2.

En lignende målgruppeorientering synes også å ha ligget til grunn for eiendomsutvikleren *Armada eiendom*, i forbindelse med planleggingen av det første byggetrinnet i Waldemars Hage i 1999. I den ”konseptuelle plattform” (vedlegg 3, dokument nr. 1) defineres for eksempel potensielle kjøpergrupper ut fra en situasjon hvor ”(...) folk helst vil bo i byene (...)” og ”(...) befolkningen om 30 år kommer til å være dobbelt så rik som i dag, og boligen kommer til å bli gitt høyeste prioritet. (...) ”My holme is my castle” vil etter all sannsynlighet bli til en sannhet”. Videre defineres, i det samme dokumentet, fire aktuelle målgrupper som kjennetegnet ved en kombinasjon av god økonomi og en interesse for et ”urbant liv”:

”Urbanisten”

Enslige eller par mellom 30 og 45 år med over gjennomsnittlig inntekt (enslige kr. 450.000 ++, par 700.000 +). De er ultramobile, grenseskillet mellom øst og vest eksisterer i liten grad. De har råd til å bosette seg hvor de vil i byen, men velger Waldemars Hage fordi det passer med deres identitet og livsstil. Nærheten til Grünerløkkes butikker, uteliv og miljø er av vesentlig betydning for boligvalget, men det er totalkonseptet som er det avgjørende for det endelige valg.

”Den bevisste byfamilien”

Som har økonomi til å bli i enebolig, men ønsker å bo sentralt dersom forholdene er tilpasset familiens behov. De har krav til frodige og barnevennlige friarealer og turmuligheter i nærmiljøet. Trygghet og stabilt bomiljø for barna er vesentlig. De har sterkt fokus på oppvekstvilkårene for sine barn, og stiller krav til barnehage/skole i miljøet. Ressurssterke og bevisste på valg av bolig og næromgivelser.

Den ”gammel-unge”

Som er 50 år eller eldre, gjeldsfri og lei av å bo i enebolig. Ønsker ikke å bruke fritiden til vedlikehold, snømåking og hagestell. Den ”gammel-unge” ønsker seg en romslig og moderne sentral leilighet med plass til bilen i praktisk avstand fra boligen. Målgruppen er opptatt av trender, teknologi og design – har høy kjøpekraft.

”Lokalpatrioten”

Er i dag bosatt i nærmiljøet, og er sterkt bundet til området. Ønsker å flytte til større eller mindre leilighet. Ønsker fremfor alt en moderne leilighet med muligheter for å parkere bilen innomhus.

En orientering mot etablerte og voksne beboergrupper med ”over gjennomsnittlig inntekt” i denne forbindelse, og *Byggholdts* orientering mot beboergrupper som knyttes til ”moden

gentrifikasjon”, tyder på at begge utviklerne i Waldemars Hage-prosjektet har forsøkt å utnytte og forsterke en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka. Lignende visjoner kan også skisseres blant eiendomsutviklerne som har blitt intervjuet i forbindelse med denne masteroppgaven. Deres uttalelser er ikke like eksplisitte når det gjelder en etterstrebelse etter ”moden gentrifikasjon” eller ”kjøpergrupper med over gjennomsnittlig inntekt”. Louise fastslår imidlertid at det har vært en visjon å rette nye boliger mot ”En ny befolkning på Grünerløkka som har en annen sosial bakgrunn. De litt kule, som har mer penger enn dem som bodde her før”. Nye og mer kjøpesterke beboergruppers interesse for Grünerløkkas nye merkenavn og sosiale liv ligger tydelig til for eiendomsprosjekt hun er involvert i: ”Det at vi tør å holde på så høye priser, det er nettopp fordi det har skjedd så store endringer her. Vi kunne ikke gjort det samme for 10 år siden”. Sigmund forteller også at han har orientert seg mot investorer og boligspekulanter som nye kjøpergrupper, fordi Grünerløkka har blitt etablert som et trygt investeringsklima i løpet av 2000-tallet. Kjell forklarer at eiendomsutviklere har observert en mulighet for å nå ut til mer kjøpesterke beboergrupper på Grünerløkka og at de utnytter dette ved utbygging av boliger for målgrupper som er ”villige til å betale mer for å bo bedre”:

Folk blir mer og mer klare for å flytte inn i en ferdig pakke. Fra å ha pussa opp selv, har vi fått polakker til å pusse opp for oss. Og nå er vi også i ferd med å nå neste steg – at vi ønsker at noen innreder for oss (...) Folk har betalingsvillighet for denne type ting. De er villige til å betale vesentlig mer for å få ting ferdig. På 80-tallet var det ikke hvitevarer engang og du måtte betale ekstra for å få parkett, og det var den kjipeste hvite kjøkkeninnredningen og skaper med to grønne knotter. Nå forventer folk at ting er helt annerledes. Det har noe økonomi å gjøre, noe med velstand å gjøre, og det har noe å gjøre med de du henvender deg til. Du henvender deg til en gruppe mennesker som er godt vant, og er villig til å betale mer for å bo bedre.

Oppsummerende kan det sies at eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien oppfatter en påbegynt gentrifisering som et utgangspunkt for utviklingen av mer eksklusive boligprosjekter i Grünerløkkas randsoner i dag. Det går frem at de strategisk retter seg mot interessenter med høy økonomisk kapital. Av dette kan man også slutte at eiendomsutviklerne etterstreber å bygge opp under en mer eksklusiv variant av gentrifiseringen i Grünerløkkas randsoner i dag. Jeg ønsker nå å undersøke om eiendomsutviklerne også utøver bevisste strategier for å realisere slike visjoner. Dette gjør jeg ved en analyse av deres markedsføringsstrategier og valg av utbyggingskonsepter.

7.3 Markedsføring og utbygging av nye boligprosjekter

Til sammenligning med eiendomsmeglere er eiendomsutviklere i *nykommer* kategorien mer strategisk orientert mot muligheter for å nå ut til mer kjøpesterke beboergrupper i dagens boligmarked på Grünerløkka. Mats forteller for eksempel at han og selskapet hans var tydelig orientert mot disse gruppenes interesse for Grünerløkka i forbindelse med utbyggingen av et nytt boligprosjekt på 2000- årsskiftet:

Vi så jo i 98 og 99 at det var veldig mye som hadde skjedd på Grünerløkka. Det har jo vært mye god utvikling etter det og, men det aller meste hadde satt seg i 2000. Og vi så jo at Grünerløkka hadde blitt dyrere, og vi tenkte at dette ville komme til å sige nedover mot Tøyen og lenger ned mot sentrum, og at andre utviklingsområder ville nå samme prisklasse. Så vi la oss inntil Grünerløkka. Vi så på en måte at de prisene de solgte på der var et verktøy. Vi så at området hadde kvaliteter for beboerne, som de satte pris på, og som ikke fantes noe annet sted i byen. Det gjorde jo at det kom inn mye folk her, som ikke bodde her fast. Og da var det jo en mangel på leiligheter. (...) De fleste flytter jo vestover når de får økonomi... Fra øst til vest. Men slik var det ikke her. De (kjøpergrupper fra vestkanten – min kommentar) ville ha det som var her (peker på eget boligprosjektet i randsonen til Grünerløkka – min kommentar), i kombinasjon med Grünerløkka. Det var grunnen til at de valgte å flytte til østkanten. De ville bo i nærheten av den bydelen som het Grünerløkka. (...) De ville bo på Grünerløkka, blant annet på grunn av atmosfæren og utemiljøet. Men det fantes jo ikke noen nye leiligheter her. De ville jo ikke bo i en gammel leilighet, selv ikke i gamle rehabiliterte gårder, fordi de ville ha de moderne kvalitetene i boligen.

For å imøtekomme disse nye interessentene fra vestkanten forteller også Mats at selskapet hans gikk inn for å utvikle boligprosjekter som en type nisjeprodukter i boligmarkedet:

Vi sa til oss selv at vi måtte markedsføre og bygge for disse menneskene. Vi tenkte egentlig på samme måte som bilprodusentene. Audi vet veldig godt hvem som skal kjøpe Audi TT og hvem som skal kjøpe Audi H6. De vet hvordan de ser ut omtrent, og hva de tjener og hva de driver med. Bilen skal se ut på en spesiell måte, og den skal lukte sånn som den gjør, og den skal knirke på de riktige stedene.

I det følgende vil jeg forklare nærmere hvordan eiendomsaktører har gått frem for å tiltrekke spesielt kjøpesterke beboergrupper til nybygg i Grünerløkkas randsoner. Det fremgår da særlig tre strategier. For det første har eiendomsutviklerne fremhevet Grünerløkka som et trekkplaster for å tiltrekke kjøpergrupper fra vestkanten. For det andre er det tydelig at de fremhever fordelen ved å bo i et *avskjermet* boligprosjekt med nærhet til Grünerløkkas

kulturelle liv. Til slutt fremgår det en tydelig kundetilpassning med hensyn til mer kjøpesterke beboergrupper i utviklingen av mer eksklusive og livsstilsbaserte boligkonsepter. På grunnlag av dette fortolker jeg at eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien også bygger opp under en mer eksklusiv eller etablert gentrifisering i Grünerløkkas randsoner. Dette vil jeg utdype i det følgende.

7.3.1 Grünerløkka som trekkplaster

På samme måte som eiendomsmeidlerne i bruktboligmassen fastslår også eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien at det har vært mindre aktuelt å ”overbevise” potensielle kjøpere om Grünerløkkas attraktivitet idagens markedsføringsstrategier. Mats begrunner dette med at Grünerløkka er et velkjent og attraktivt stedsnavn:

Nå har alle hørt om Grünerløkka, de som kommer fra langt inni dalen har kanskje ikke hørt om Grünerløkka – de vil du ikke trigge på beliggenheten. Men alle andre som vet hvor Grünerløkka er, de trenger du ikke å fortelle om nærheten, for det vet de allerede. Våre målgrupper var veldig oppdaterte og visste godt hvor det var.

Det er imidlertid tydelig i alle eiendomsutviklernes fortellinger om strategier at nærheten til Grünerløkka har vært en sentral del av markedsføringskonseptet i alle de nye boligprosjektene. Mer spesifikt fremhever alle disse at de har vektlagt beboergruppers muligheter for å oppsøke et nærliggende urbant miljø på Grünerløkka. Frank legger for eksempel vekt på betydningen av å markedsføre nærliggende urbane kvaliteter: ”Vi viser på kart i boligprospektet hvor restaurantene og kafeene ligger, og vi fremhever bilder av barer og restauranter”. Han forklarer dette med at målgruppene for prosjektet ønsker å bo moderne samtidig som de har muligheter til å leve et urbant liv på Grünerløkka: ”de litt sånn wannabe-løkka-folk (...) En *ny* bolig, er viktig for dem. Men gjerne da i omgivelser som Løkka har”. Louise fremhever, på sin side, fremveksten av design- og nisjebutikker på Grünerløkka. Slike markedsføringsstrategier synes også å være basert på en oppfatning om at målgrupper med mer økonomisk kapital ønsker å oppsøke og ”konsumere” det urbane livet på Grünerløkka, samtidig som de kan trekke seg tilbake til moderne leiligheter:

Vi tenkte i utgangspunktet at kjøperne her var lei av de eldre bygårdene men at de samtidig ønsket å bo på Grünerløkka. For det er en identitet som gjør at de vil bo der. Det er jo det urbane som er det spesielle med Grünerløkka. Og da tenkte vi at vi kunne oppgradere slik at de bor moderne samtidig som de bor i en gammel bydel på en måte.”

Som tidligere nevnt fremgår det også av Louise i sitt utspill at nærheten til Grünerløkka fremheves som et premiss for utbyggingen av mer moderne og kostbare leiligheter i Grünerløkkas randsoner. Hun understreker også at dette er et viktig fokus i markedsføringen av et nytt boligprosjekt i Grünerløkkas randsoner: ”Nærhet til kultur og service-fasiliteter er jo veldig viktig på Grünerløkka.”

På grunnlag av en lignende tankegang fremhever også Frank betydningen av å koble et nytt boligprosjekt til Grünerløkkas merkenavn, til tross for at prosjektet er lokalisert på Sofienberg. I utgangspunktet mener han at prosjektet hans lå i et ”(...) ødeland mellom Grünerløkka og Grønland.” Han forklarer at det egentlige stedsnavnet er Sofienberg. ”Det er jo egentlig den riktige benevnelsen på eiendommen”. I starten ble også prosjektet hans markedsført ut fra sin beliggenhet på Sofienberg. Frank mener imidlertid at dette var et feilgrep som han måtte ”rette opp i”. Han valgte derfor heller å beskrive beliggenheten som Grünerløkka, for å øke salget og salgsprisene i boligprosjektet:

Hvorfor valgte du å markedsføre en beliggenhet på Grünerløkka i stedet for Sofienberg?

Nei, det er jo fordi det er et navn som selger bedre. Det er på grunn av den attraktiviteten som Grünerløkka har da. Det første prospektet og den første markedsføringsprofilen vi hadde, den var veldig nøytral og intetsigende, og spilte ikke på Grünerløkka i det hele tatt. Jeg mener at nærheten til Grünerløkka er veldig viktig. For det dreier seg jo om beliggenhet, ikke sant. Leilighetene hadde jo ikke noe fra eller til i forhold til andre leiligheter. Alle nye leiligheter i dag er jo like, mer eller mindre. Så jeg var veldig opptatt av dette når jeg overtok dette prosjektet her. De måtte profilere nærheten til Grünerløkka. (...) Resultatet av dette har vært at salget har gått lettere med den nye profilen, og til mye høyere priser.

Ved å definere flere områder som Grünerløkka kan det også sies at eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien etterstreber å spre en påbegynt gentrifisering i likhet med eiendomsmeglerne som opererer i bruktboligmassen på Grünerløkka. Frank gir her uttrykk for intensjoner om å ”fjerne” og erstatte oppmerksomheten på Sofienberg ved å fremheve og fokusere på nærheten til Grünerløkka. Til forskjell fra eiendomsmeglerne, er det tydelig at eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien også promoterer randsoneprojektene sine med en viss distanse til de sentrale delene av Grünerløkka. Slike tiltak synes å være basert på ønsket om å fremstille boligprosjektene som mer eksklusive og sosialt homogene boligoaser i Grünerløkkas randsoner.

7.3.2 Boligoaser: ” Beste/vestre østkant”

Det er et gjennomgående trekk ved eiendomsaktørenes fortellinger om strategier at de fremhever nærheten til Grünerløkkas urbane miljø. Det fremgår imidlertid *også* at eiendomsutviklerne fremhever en viss distanse til de sentrale delene av Grünerløkka og det sosiale livet her. Som allerede nevnt ved utdrag fra Waldemars Hage 2 fremheves det at boligprosjektet er ment som et alternativ til beboelse i de sentrale delene av Grünerløkka, fordi det henger en usikkerhet ved Grünerløkka. Det hevdes at ” Waldemars Hage fremstår som et gentrifisert sted, men ”rensket” for den usikkerheten som henger ved Grünerløkka (...) Dette gjør det trygt og sikkert for de fra Oslo vest og utenbys fra å flytte dit (...)Waldemars hage er ”beste/ vestre Østkant” (vedlegg 3, dokument nr. 2).

Omtalen av ”usikkerhet” som henger ved Grünerløkka og som Waldemars hage er ”rensket” for, forklares ikke nærmere i plandokumentet. Det kan imidlertid spores identiske resonnementer i Karl Fredrik Tangens foredragsnotater. Disse lå til grunn for utviklingen av det strategiske dokumentet. Her hevdes det at det eksisterer en usikkerhet om hvorvidt Grünerløkka er en ”stueren østkant” (vedlegg 3, dokument nr. 4). Mer spesifikt slås det fast at Grünerløkka kan oppfattes som ”spennende” og ”mangfoldig”, *men* at stedet kjennetegnes også av ”skeive hus, bråk og uteliv”. I kontrast til dette beskrives Waldemars Hage som ”sikker Grünerløkka” og ”homogen”. Disse ”resonnementene” er hentet fra punkter i et foredragsnotat, og kan ikke legges til grunn for en inngående analyse. Det kan imidlertid virke som om eiendomsutviklerne bevisst har gått inn for å bygge opp under et bilde av Waldemars Hage 2 som ”beste/ vestre østkant” ved å utvikle et mer eksklusivt og homogent boligprosjekt i Grünerløkkas randsone. Prosjektet er ment å være et alternativ til Grünerløkka, samtidig som en nærhet til Grünerløkka er et premiss for utbyggingen. Dette for at beboere skal kunne oppsøke et urbant, spennende og mangfoldig byliv, men samtidig kunne trekke seg tilbake. Slike strategier har også tidligere blitt identifisert av Isdahl mfl. (2004:12) i intervjuer med utbyggere i Oslos boligmarked: ”I det ene øyeblikket brukes byen som salgsargument, i det andre fornektes den”.

Louise understreker også at denne avstanden danner et viktig salgsargument i forbindelse med formidlingen av nye boligprosjekter på Grünerløkka. På spørsmål om hva som trekker prisene deres opp (hun forteller selv at prisen på boligene ligger cirka 10 000 kr/m² høyere enn andre nybygg i det samme området) svarer hun at: ”det er på grunn av beliggenheten og

at det ligger inni et kvartal, det er skjermet”. Louise sitt selskap har også etterstrebet å bygge opp under en symbolsk avstand mellom trekk ved boligprosjektet og trekk ved nærliggende områder på Grünerløkka. Hun har forsøkt å bygge opp under et mer moderne bilde av miljøet i prosjektet og dets beboere, i kontrast til miljøet i nærliggende områder. I denne sammenheng forteller hun for eksempel at t selskapet bestemte seg for å fokusere på vann, lyse farger og et ”sporty” image, for å skape en kontrast til en ”ølkultur” i det nærliggende området (i randsonen til Grünerløkka). Hun forteller videre at de forsøkte å gi boligprosjektet et mer sofistikert og moderne uttrykk på denne måten:

Vi hadde som intensjon å pakke prosjektet inn i noe sånt som var lett. Øl ble jo litt sånn tilbake i historien, vi tror ikke det er dette menneskene er opptatt av. Ideen var liksom det å bidra med noe nytt. Vann og treningsmuligheter er på en måte kult. Målgruppene våre er mer bevisste på trening og helse, og det gir et lett og rent inntrykk av prosjektet, som noe nytt, men i en gammel setting.

Slike utspill forsterker også inntrykket av at selskapet til Louise har bygget opp under en kulturell og symbolsk avstand til det nærliggende miljøet. Det fremgår av Louise sine målsetninger at de konkret har forsøkt å gi inntrykk av eiendomsprosjektet som et nytt og moderne innslag på Grünerløkka og som et attraktivt boalternativ for spesielt kjøpersterke beboere her: ”Det skulle være et alternativ, et alternativ i forhold til det gamle Grünerløkka, for det var helt nytt og moderne. Og vi visste også at vi rettet oss mot en kjøpersterk gruppe, altså mot de som har lyst å bo moderne da, på Grünerløkka”. Louise forteller også at en lignende kundetilpassning har ligget til grunn for rehabiliteringen av en pub som lå i nærheten av det nye boligprosjektet:

(...) der var det jo veldig mange som hadde sin stamstol, holdt jeg på å si. Vi har jo fått pålegg fra byantikvaren om å ta vare på en del ting. Og det gjør vi jo også. Men det blir noe annet, det gjør det, det blir ikke det samme. Det blir ikke det samme brune stedet, hvor de som hadde tilholdssted her vil føle seg hjemme da. Det blir ikke den røykfylte ølbaren eller puben, hvor det satt fire menn rundt et bord på formiddagen. Det blir ikke det.

På grunnlag av de overnevnte initiativene kan det sies at Louise sitt eiendomsselskap også har forsøkt å tilføre noen nye estetiske og kulturelle uttrykk i det nærliggende området. I denne analysen er det imidlertid mest relevant av at Louise sitt selskap også har fremhevet boligprosjektet som en eksklusiv og annerledes boligoase i Grünerløkkas boligmarked. Som

Byggholdt, synes hun å ha lagt vekt på en fysisk, kulturell og symbolsk distanse fra Grünerløkka for å tiltrekke mer kjøpsterke beboergrupper. Den tydeligste orienteringen mot disse kjøpergruppene går imidlertid frem av eiendomsutviklernes valgte boligkonsepter.

7.3.3 Eksklusive og livstilssbaserte boligkonsepter

Til sammenligning med eiendomsutviklerne i *gamle travere* kategorien er det et gjennomgående trekk ved eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien at de i større grad fremhever tilleggskvaliteter ved boligen. Mats fremhever dette som en gunstig og ”tidsriktig” strategi: ”Når de får moderne leiligheter, med nærhet til Grünerløkka, så snakker vi”. På bakgrunn av dette kan det sies at også eiendomsutviklerne synes å basere seg på den samme tankegangen som eiendomsmeglerne i bruktboligmassen. Både eiendomsmeglerne og eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien vil tiltrekke mer kjøpsterke beboere ved å tilby leiligheter med en høyere standard. Eiendomsmeglerne bygger opp under en mer eksklusiv historisk estetikk i bruktboligmarkedet. Eiendomsutviklerne synes imidlertid å videreføre slike visjoner ved å utvikle mer moderne og eksklusive boligprosjekter. De virker også i større grad å være strategisk rettet mot beboergrupper med spesielt høy kjøpekraft. Gyrild fastslår for eksempel at:

(...) man må prøve å skape noe kult, da kan man få veldig mange som ikke kunne tenke seg å bo der. (...) som kanskje bare ville bo på vestkanten. Som hadde et litt annet syn på Grünerløkka.

Mats har tidligere fortalt at han har utviklet et nytt boligkonsept på den samme måten som en bil utvikles for en spesiell målgruppe.. I dette ligger det at boligprosjektet i større grad ble utviklet som et nisjeprodukt. Han slår også fast at nye kjøpergrupper”(...) flytter ikke inn her av nød. De flytter inn hit fordi de har lyst til å bo her. Og de vil gjerne betale”. Denne oppfattelsen synes også å ligge til grunn for flere av eiendomsutviklerne. Louise fremhever for eksempel betydningen av å tilføre ”det lille ekstra” ved boligene for å nå ut til mer kjøpsterke beboergrupper. Hun fremhever betydningen av å ”etterse at det estetiske blir bevart” og ”være opptatt av små detaljer som går på interiør og praktiske måter å løse ting på for kjøperne”. Av hensyn til nye kjøpergruppers preferanser for å identifisere seg med kunst og kultur, har også Frank vektlagt kunstinnslag i utviklingen av sitt boligprosjekt, hvor brukervedvirkning også synes å være et sentralt innslag i prosessen:

Vi har også vektlagt kunstnerisk utsmykning i form av et veggmaleri. Det er et par i London som har malt det bildet. Og for at de skulle danne seg et bilde av hvem som bor der, og hva de liker, så sendte de også ut en undersøkelse og spurte hvilke platecover beboergruppene likte – hvilke farger liker dere, liker dere å reise, hva setter dere pris på i forhold til storbyen, natur... Masse spørsmål om det. Før de laget bildet.

Slike strategier gir inntrykk av at eiendomsutviklerne imøtekommer nye kjøpergruppers interesse for å ”kjøpe seg kultur og god smak”, i tråd med visjoner som for eksempel også har ligget til grunn for utbyggingen av Waldemars Hage 2 (vedlegg 3, dokument nr. 2). Armada eiendom, som sto bak utviklingen av Waldemars Hage 1, kan sies å være tydeligst orientert mot dette. De tilbyr leie av billedkunst ”(...) av anerkjente kunstnere med fleksibilitet til å bytte ut bilder etter behov” (dokument 1, vedlegg 3).

Til slutt fremgår det også at boligkonseptene synes å være rettet mot nye kjøpergruppers livsstil, og da særlig en tenkt karrierepreget tilværelse og familiesituasjon. Gyrild forteller at de ønsker å tilrettelegge for en ordning hvor beboerne kan:

(...) ta heisen ned om morgenen, levere ungen i første etasje, gå bort å kjøpe seg kaffe på hjørnet, så sette seg på t-banen til jobb. Det er en tidsbesparende livsførsel, hvor de fortsatt kan få leve det livet de vil leve, som er urbant og i nærhet til alt (...) Vi prøver på en måte å fokusere på de tingene som gjør at vi elsker å bo sentralt i Oslo, også forenkler vi det.

På grunnlag av dette fremstøtet kan det virke som om eiendomsutviklerne etterstreber å tilføre servicetilbud i boligkonseptene for å ”overbevise” nye kjøpergrupper om fordelene ved å opprettholde eller realisere en beboelse i indre by, til tross for at de for eksempel stifter familie. Frank fremhever for eksempel ”raske ruter” til Nordmarka. Videre fremhever Louise og Eystein fordeler med treningsmuligheter i umiddelbar nærhet til boligen. Armada eiendom kan også i dette tilfellet sies å ha strukket seg lengst (vedlegg 3, dokument nr. 1). Her har man for eksempel implementert et calling-system slik at beboere kan bestille mat direkte til boligen. Videre tilbys det skjorterens, klesvask, vask av leilighet og bilpleie. Armada eiendom tilbyr på denne måten beboere å ”kjøpe seg ut” av hverdagslige rutiner, som matlaging og renhold.

Det eksisterer også variasjoner i eiendomsutviklernes orientering i boligutbyggingen ut fra hvilke målgrupper de har rettet seg mot. Gyrild, Mats og Louise har for eksempel lagt vekt på eksklusive boligkonsepter fordi de har rettet seg mot eldre kjøpersegmenter med høyere

økonomisk kapital. Alle disse fremhever også parkeringsmuligheter som et betydningsfullt og attraktivt trekk ved nye boligprosjekter. Frank og Sigmund er i større grad rettet mot yngre kjøpergrupper og førstegangskjøpere. De nedtoner betydningen av parkeringsmuligheter, mens de for eksempel fremhever nødvendigheten av en moteriktig og trendy profil. I følge Louise utmerker også Waldemars Hage seg med de mest innovative og eksklusive konseptene i Grünerløkkas boligmarked i nyere tid. Flere av eiendomsutviklerne fastslår imidlertid at deres ideer om kundetilpassning og mer eksklusive innslag i boligprosjektene blir ansett som et ideal i forbindelse med boligutbygging i Grünerløkkas randsoner i dag. Det er også et fellestrekk i alle eiendomsutviklernes strategier at de etterstreber å tilføre boligene tilleggsverdier, for å tiltrekke beboergrupper med høyere økonomisk kapital enn de opprinnelige beboerne.

7.4 Oppsummering og diskusjon: En forsterket gentrifisering?

På samme måte som i forrige kapittel har jeg i dette kapitlet diskutert hvorvidt private eiendomsaktører har etterstrebet å bygge opp under en påbegynt gentrifisering i Grünerløkkas boligmarked. I dette kapitlet har jeg imidlertid rettet blikket mot *nykommernes* markedsførings- og utbyggingsstrategier. Med andre ord har jeg diskutert den overnevnte tematikken med fokus på eiendomsaktørers praksis på Grünerløkka på 2000-tallet. Ut fra analysen finner jeg at det eksisterer variasjoner mellom eiendomsmeglere og -utvikleres intensjoner og strategier i dagens boligmarked. Oppsummerende kan det imidlertid sies at både eiendomsmeglere og -utviklere også forsøker å bygge opp under en påbegynt gentrifisering ved valg av visse markedsførings- og utbyggingsstrategier i dagens boligmarked.

Eiendomsmeglerne virker å være mest opptatt av å moderere eller nedtone et spisset bilde av Grünerløkka som et attraktivt boligområde for unge førstegangskjøpere. Det kan virke som om de på denne måten prøver å tiltrekke flere kjøpersegmenter innen middelklassesjiktet, for eksempel barnefamilier og eldre kjøpersegmenter. I tillegg viser det seg imidlertid at eiendomsmeglerne legger vekt på en mer eksklusiv gentrifiseringsestetikk som en ny attraktiv trend i dagens boligmarked. Denne stilretningen forutsetter en stor grad av

modernisering av leiligheter i historiske bygg. På denne måten kan det også sies at de bygger opp under en stil og estetikk som forutsetter mer kjøpekraft i dagens boligmarked på Grünerløkka. Når det gjelder strategier for å spre gentrifiseringen handler dette om at eiendomsmeglerne markedsfører pågående eller kommende endringsprosesser i områder med et lavere prisnivå og dårligere omdømme. Eiendomsmeglerne forklarer at de på denne måten ønsker å markedsføre og bygge opp under endringsprosesser lik dem i de sentrale delene av Grünerløkka. På grunnlag av de overnevnte fremstøtene oppfatter jeg at eiendomsmeglerne også til en viss grad bygger opp under en forsterket gentrifisering på Grünerløkka.

Eiendomsutviklerne i *nykommer* kategorien er mer strategisk orientert mot kjøpergrupper med høyere kjøpekraft. For det første benytter de Grünerløkkas merkenavn, stedets urbane liv og dets servicetilbud som et trekkplaster for å nå ut til slike kjøpergrupper. Videre fremhever de en distanse til de sentrale delene av Grünerløkka og det sosiale miljøet der. Det kan sies at de fremstiller boligprosjektene som en type "boligoaser" i Grünerløkkas boligmarked. Det er også et gjennomgående trekk ved boligkonseptene at disse tilpasses kjøpsterke beboergruppers preferanser for mer moderne estetiske uttrykk og deres antatte "karrierepregede" livsstil. Ut fra dette oppfatter jeg at eiendomsutviklerne tydelig innretter seg mot en forsterket gentrifisering i Grünerløkkas boligmarked. Det må riktignok presiseres at eiendomsutviklerne viser en tydelig orientering mot de spesifikke prosjektene i Grünerløkkas *randsoner*. Davidson og Lees (2005) har imidlertid fastslått at nybygging på tomme eller forlatte eiendommer også kan bidra til en forsterket gentrifisering i nærliggende områder. En konsekvens av nybygging som er innrettet mot spesielt kjøpsterke beboergrupper kan for eksempel være at servicetilbudet og prisnivået i nærliggende områder tilpasses nye beboergrupper. Ut fra dette kan det også sies at eiendomsutviklerne kan komme til å bygge opp under en forsterket gentrifisering i Grünerløkka-området som helhet.

8. Konklusjon: Sosiale portvoktere i Grünerløkkas boligmarked

Problemstillingene som har ligget til grunn for analysen i denne masteroppgaven lød som følgende:

- *Hvordan fortolker eiendomsmeglere og -utviklere en påbegynt gentrifying på Grünerløkka?*
- *Har eiendomsmeglere og -utviklere forsøkt å opprettholde eller forsterke gentrifyingen ved valg av visse markedsførings- og utbyggingsstrategier?*

Når det gjelder den første problemstillingen har jeg undersøkt hvordan eiendomsaktørene som har blitt intervjuet har fortolket en påbegynt gentrifying på Grünerløkka ved en analyse av deres fortellinger om stedsutviklingen. Mer spesifikt har jeg undersøkt hvilke utviklingstrekk eiendomsaktørene fremhever og hvordan de beskriver og omtaler stedsutviklingen over tid. På denne måten har jeg undersøkt hvordan de forstår årsakssammenhenger og hvorvidt de oppfatter profittpotensialer i en påbegynt gentrifying på Grünerløkka. Når det gjelder den andre problemstillingen har jeg undersøkt hvorvidt eiendomsaktørene har formidlet selektive representasjoner av Grünerløkka. I tillegg har jeg undersøkt om de har rettet utbyggingsprosjekter mot nye kjøpergrupper med høyere kjøpekraft enn opprinnelige beboere. På et overordnet nivå har jeg tilnærmet meg denne siste problemstillingen med en diskusjon om eiendomsmeglere og -utviklere har etterstrebet å bygge opp under visse bilder av Grünerløkka og hvilke beboergrupper som passer inn i boligmarkedet her.

For å implementere en tidsdimensjon i analysen har jeg intervjuet eiendomsaktører som har vært spesielt involvert i Grünerløkkas boligmarked på 1990-tallet og på 2000-tallet. Ut fra dette har jeg delt dem inn i to kategorier, henholdsvis *gamle travere* og *nykommere*. Det må understrekes at jeg ikke har forsøkt å fastslå funn med utgangspunkt i disse gruppene av informanter. Dette fordi det ikke er mulig å generalisere mellom informanter som inngår i selekterte utvalg av informanter i kvalitative studier. Thagaard (2003: 55) sier om dette at: ”I

kvalitative studier hvor utvalget er selektert på grunnlag av informanternes tilgjengelighet for forskeren, er det klart at utvalgene ikke er representative, men tvert i mot vil være ”skjeve” i forhold til de kriterier som gjelder for tilgjengelighetsutvalg”. Alle uttalelser som har blitt gjengitt i analysen knyttes til den enkelte informant. Når jeg bruker betegnelser som ”samtlige” og ”flere av informantene” er dette gjort for å systematisere datamaterialet heller enn for å skissere mønstre. For å oppnå innsikt i perspektiver og strategier som har gjort seg gjeldende blant eiendomsaktører, på ulike tidspunkt i Grünerløkkas utvikling, har jeg imidlertid basert meg på disse kategoriene.

8.1 Grünerløkka i dag: ”Østkantens beste vestkant”

En analyse av eiendomsaktørenes fortellinger om Grünerløkkas stedsutvikling har vist at eiendomsaktører i begge de to kategoriene *gamle travere* og *nykommere* besitter solid innsikt i årsakene til Grünerløkkas økte attraktivitet og prisnivå i boligmarkedet over tid. Dette går for det første frem av deres fortellinger om endringsprosesser hvor de fremhever en sosioøkonomisk utskiftning av beboere på Grünerløkka. Det er tydelig at de oppfatter at en økt attraktivitet kan knyttes til en gradvis utskiftning av opprinnelige beboere. Videre fortolker de profittmuligheter i en slik utvikling, fordi flere kjøpergrupper med større kjøpekraft tiltrekkes av stedets omdømme.

Eiendomsaktørene fremhever også en utvikling i stadier når de forteller om endringsprosesser i Grünerløkkas stedsutvikling. De forteller i første omgang om en situasjon på 1980-tallet hvor stedet var forslummet og kjennetegnet ved ”ressurssvake” beboergrupper. Deretter skisserer de en fase med ny innflytting av ”ressurssterke” og trendsettende beboere på 1990-tallet. Til slutt forteller aktørene om en fase, fra cirka år 2000, hvor mer kjøpesterke beboere tiltrekkes av Grünerløkkas ”trendy” image.

Min fortolkning er derfor at eiendomsaktørene ser på gentrifiseringen på Grünerløkka som en prosess som har forløpt og forløper i ulike stadier. På grunnlag av dette kan det sies at de er kjent med gentrifiseringens ulike stadier, slik de fremstilles i Ley (1996) sin syklusmodell. Dette illustreres også ved at eiendomsaktørene fremhever en utvikling hvor opprinnelige kjøpergrupper med høy kulturell kapital etter hvert erstattes av kjøpergrupper med mer

økonomisk kapital. Mer spesifikt kommer det for eksempel frem ved at stedet, i følge informantene, ”passer bedre” for beboere med høy kjøpekraft i dag, og mindre bra for trendsettende nye innflyttere (jamfør beskrivelsen av tilflyttende på 1990-tallet). Kort sagt fremstilles Grünerløkka som et nytt og trendy boligområde på østkanten, for beboere fra vestkanten, og som ”østkantens beste vestkant”.

8.2 Utnyttelse og videreutvikling av påbegynt gentrifisering

Når det gjelder eiendomsaktørenes involvering i gentrifiseringen kan det slås fast at eiendomsaktørene er, og har vært, sentrale aktører i boligmarkedet på Grünerløkka. Både *nykommere* og *gamle travere* er opptatt av å oppnå profittmaksimering i arbeidet med eiendomsformidling og eiendomsutvikling. I så måte baserer de seg på en grunnleggende kapitalistisk orientering, i tråd med Smith (1979) sine teorier om private eiendomsaktørers rolle i boligmarkedet.

Det kan imidlertid også sies at eiendomsaktørene har bygget opp under en påbegynt gentrifisering i boligmarkedet ettersom de strategisk har rettet markedsførings- og utbyggingsstrategier mot nye kjøpergrupper. Denne typen involvering i boligmarkedet samsvarer med Clarks (1995) teori om at eiendomsaktører både utnytter og bygger opp under profittmuligheter i boligmarkedet og på denne måten påvirker by og stedsutviklingen. Det kan også trekkes ut av deres strategier at eiendomsaktørene har praktisert en rolle som sosiale portvoktere (”social gatekeepers”, jamfør Knox og Pinch 2006) i Grünerløkkas boligmarked. Dette ved at de strategisk har forsøkt å tiltrekke mer kjøpesterke beboergrupper hit. Videre ved at de indirekte har formidlet at andre beboergrupper i mindre grad ”passer inn” i Grünerløkkas boligmarked. *Nykommere* og *gamle travere* har imidlertid utøvet slike strategier i Grünerløkkas boligmarked på ulike tidspunkt. Som skissert i kapittel 5: Kategorien *gamle travere* består av eiendomsaktører som i hovedsak har operert i Grünerløkkas boligmarked på 1990- tallet. Disse er også involvert i noe eiendomsmegling og -utvikling på Grünerløkka i nyere tid, men er i større grad orientert mot andre områder i dag. *Nykommere* har på sin side vært aktivt involvert i Grünerløkkas boligmarked fra ca år 2000.

8.2.1 Strategier på 1990-tallet

Når det gjelder *gamle traveres* strategier i Grünerløkkas boligmarked på 1990-tallet virker det som om eiendomsmeglere og eiendomsutviklere gikk sammen for å bygge opp under et bilde av Grünerløkka som et ”attraktivt” og ”trendy” sted i Oslos boligmarked. Videre er det tydelig at de har basert seg på nye trender i boligmarkedet og endringer i stedets omdømme som kunne tilskrives de første innflytterne på 1990-tallet. Slik har de oppfattet å kunne bygge opp under en begynnende attraktivitet i Grünerløkkas boligmarked.

Eiendomsaktørenes tilpassninger til individdrevne endringer i boligmarkedet illustreres ved at de har vektlagt nye innflytteres estetiske og livsstilsmessige uttrykk i markedsføringen av boliger på Grünerløkka. I denne sammenheng har de blant annet fokusert på et nytt, ”ungt” uteliv og kaféliv i forbindelse i markedsføringsstrategier. Videre har de for eksempel fremhevet en ny, historisk stilretning som var knyttet til nye innflyttere. Samtlige av de *gamle traverne* forteller også at de oppfattet nye innflyttere som trendsettere i Grünerløkkas boligmarked, eller som ”innovatører” ved eiendomsmegler Kjells ord. Av denne grunn mener flere av de *gamle traverne* at det var hensiktsmessig å orientere seg mot innflytternes trendsettende uttrykk. Mer spesifikt uttrykker de at disse nye innflytterne la grunnlag for utviklingen av et nytt boligmarked for mer ”ressurssterke”, unge beboergrupper på Grünerløkka.

Til å begynne med synes strategiene til *gamle traverne* i tråd med Gyrild å ha hatt preg av en ”innsnakking” av Grünerløkka. Intensjonen har vært å ”overbevise” skeptiske interessenter i boligmarkedet ved å korrigere bilder av Grünerløkkas som arbeiderklasseområde. Mer konkret virker eiendomsaktørene å ha etterstrebet å bygge opp under et nytt bilde av Grünerløkka som et ”ungt, annerledes og attraktivt” sted for unge kjøpergrupper fra middelklassen. Flere av de *gamle traverne* forteller videre at nye boliger etter hvert ble rettet mot unge kjøpersegmenter med mer penger enn opprinnelige beboergrupper. Dette tyder også på at eiendomsutviklere ved valg av visse boligkonsepter har bygget opp under et nytt boligmarked for middelklassebeboere.

Min tolkning er, ut fra dette, at gamle traverne har forsøkt å bygge opp under et nytt boligmarked for beboergrupper fra middelklassen på Grünerløkka på 1990-tallet, ved valg

av visse markedsførings- og utbyggingsstrategier. I tråd med Leys (1996) omtale av nye innflyttere i gentrifiseringsstrøk som ”hippier” kan det sies at eiendomsaktørene har utnyttet, ”fulgt”, i hippienes spor for å tiltrekke en større andel middelklassebeboere til Grünerløkka. Det kan sies at de har utnyttet en påbegynt gentrifisering som et salgsargument i forbindelse med boligformidling og boligutvikling. Ut fra dette fortolker jeg videre at *gamle travere* har basert seg på en kunstnerisk produksjonsmodus (artistic mode of production) i boligmarkedet. Jeg mener med dette at eiendomsaktører har basert seg på en kommersiell utnyttelse av estetiske og kulturelle trekk ved en påbegynt gentrifisering, i tråd med Zukins (1989) omtale av en ”artistic mode of production”.

8.2.2 Strategier på 2000-tallet

Nykommere har i mindre grad prøvd å fremme et spisset bilde av Grünerløkka som et ungt, annerledes og gradvis mer attraktivt sted. Det fremgår imidlertid av markedsførings- og utbyggingsstrategiene deres at disse eiendomsaktørene også etterstreber å opprettholde og forsterke en påbegynt gentrifisering i dagens boligmarked. De fremhever for eksempel visse kvaliteter ved stedet for å tiltrekke bestemte målgrupper. Det fremgår en stor forskjell mellom aktørene, *gamle travere*, som hovedsakelig rettet sin virksomhet mot boligmarkedet på 1990-tallet, og eiendomsmeglere og -utviklere i *nykommer*-kategorien.

Eiendomsmeglerne

Når det gjelder eiendomsmeglerne som opererer i bruktboligmassen i dagens boligmarked på Grünerløkka, kan det sies at de både er rettet mot en opprettholdelse, forsterkning og en spredning av en påbegynt gentrifisering. For det første fremgår det at eiendomsmeglerne forsøker å tiltrekke flere kjøpergrupper fra middelklassesjiktet ved at de viderefører salgsargumenter knyttet til en ny urban livsstil på Grünerløkka. Det virker imidlertid også som om eiendomsaktørene forsøker å moderere bilder av Grünerløkka som et ”ungt” sted. I denne sammenheng fremheves for eksempel lekemuligheter i bakgårder og hyggelige naboer. Min tolkning er at de prøver å forsterke en påbegynt gentrifisering ved å tiltrekke seg flere kjøpersegmenter innen middelklassen til Grünerløkkas boligmarked.

De tydeligste uttrykkene for at eiendomsmeglerne forsøker å videreutvikle en påbegynt gentrifisering fremgår imidlertid av et fokus på en mer eksklusiv estetikk i markedsføringen

av bruktboliger. På denne måten tolker jeg at de bygger opp under en gradvis modernisering av boligene på Grünerløkka. Fokuset til eiendomsmeglerne står for det første i kontrast til *gamle traverses* fokus på 1990-tallet hvor de fremhevet det sjarmerende ved at gulvene i leilighetene på Grünerløkka var ”litt skeive”. Videre er en implikasjon av en gradvis modernisering av boligmassen at prisnivået kan øke og gentrifiseringen forsterkes, ved en slik utvikling, i følge Bridge (2001). I så måte kan det også sies at eiendomsmeglerne i *nykommer* kategorien bygger opp under en ny stilretning som forutsetter at nye innflyttere besitter høyere økonomisk kapital enn tidligere. I tråd med dette forteller også Jan at han oppfordrer til en pågående modernisering av boligmassen for å opprettholde en attraktivitet og prisstigning i boligmarkedet på Grünerløkka.

Det fremgår også tydelige intensjoner om å spre en påbegynt gentrifisering blant eiendomsmeglerne i *nykommer*-kategorien. Dette ved at de markedsfører en pågående og fremtidig utvikling i det de oppfatter som mindre attraktive områder i Grünerløkkas utkantområder og i nedre del av Grünerløkka. For det første fremhever noen eiendomsmeglere en fremtidig utskiftning i servicetilbudet og i beboergruppene i disse områdene. Videre forteller for eksempel Rolv at han forsøker å nedtone medias fremstillinger av visse områder på Grünerløkka som farlige eller sosialt belastede, mens han fremhever fremveksten av nye moderne boligprosjekter her. Alle eiendomsmeglerne forteller at de formidler utviklingspotensialer i disse områdene til nye innflyttere fra middelklassesjiktet, særlig unge førstegangskjøpere og tilflyttere fra andre byer. Slik forsøker eiendomsmeglerne i bruktboligmassen å spre den påbegynte gentrifiseringen i sentrale deler av bydel Grünerløkka, til et større område i bydelen.

Eiendomsutviklerne

Eiendomsutviklerne i *nykommer*-kategorien uttrykker på samme måte som eiendomsmeglerne at de ønsker å dra nytte av en påbegynt gentrifisering i dagens boligmarked på Grünerløkka. Dette går for eksempel frem av deres uttalte visjoner om ny utbygging av boliger på Grünerløkka. I forhold til eiendomsmeglerne er det også tydelig at disse mer strategisk retter seg mot kjøpergrupper med høyere økonomisk kapital enn opprinnelige beboere. De tilbyr for eksempel nisjepregede konsepter som er utviklet med hensyn til slike målgrupper samtidig som de retter markedsføringen mot disse. Slik

oppfatter jeg at eiendomsutviklerne har en strategi som peker mot en forsterket og eksklusiv variant av gentrifiseringen i forbindelse med ny utbygging i Grünerløkkas randsoner.

Felles for alle eiendomsutviklerne er at de benytter Grünerløkka som et trekkplaster i markedsføringen, for å tiltrekke beboergrupper med høyere kjøpekraft til nye boligprosjekter i Grünerløkkas randsoner. Dette er basert på en tanke om at Grünerløkkas omdømme fungerer som en merkevare i boligmarkedet. Mer spesifikt mener de at beboergrupper med høyere økonomisk kapital enn de opprinnelige innflytterne lar seg tiltrekke av Grünerløkkas ”trendy” image og servicetilbud. De mener imidlertid at disse nye interessentene kjennetegnes ved høyere krav til standard og komfort på boligene, og at det derfor er en ”mangel” på boliger (for disse kjøpergruppene) på Grünerløkka. Videre vil de imøtekomme og utnytte dette behovet ved utbygging av mer eksklusive boligprosjekter i Grünerløkkas randsoner.

For å imøtekomme disse nye kjøpergruppene er det også tydelig at eiendomsutviklerne markedsfører en viss distanse fra det sosiale livet på Grünerløkka. Grunnlaget for dette fremgår for eksempel av de strategiske dokumentene som lå til grunn for utbyggingen av Waldemars Hage, byggetrinn to, (vedlegg 3, dokument nr. 2). Her understrekes det at det enda eksisterer en usikkerhet om hvorvidt Grünerløkka er blitt en ”stueren østkant”.

Samtlige av eiendomsaktørene synes å tilpasse markedsføringen i tråd med dette ved å fremstille boligprosjektene som eksklusive og homogene boligoaser. På denne måten skapes en kontrast til den ”usikre” biten av merkevaren Grünerløkka samtidig som Grünerløkkas servicetilbud og urbane liv positivt fremheves som en tilgjengelig kuriositet for beboerne. Dette legger grunnlag for en fortolkning som tilsier at Grünerløkkas sosiale miljø, og bylivet generelt, i større grad fremstilles som ”visuelle tema” (visual themes) og ”landskap for konsum” (landscapes of consumption). Slike tendenser omtales også i forbindelse med Zukin (1993) sin omtale av et kommersialisert bylandskap hvor en urban livsstil, som kjennetegnet de første gentrifisererne, integreres som del av de kommersielle strategier i boligmarkedet.

Denne distansen fra de sentrale delene av Grünerløkka fremgår for det første ved at de nye boligkonseptene skiller seg ut i en høyere prisklasse enn den resterende boligmassen på Grünerløkka. Eiendomsutviklerne tilfører også luksustillegg ved boligen og tilrettelegger boligkonsepter for beboergruppers livsstil og estetiske preferanser. For eksempel tilpasses

boligprosjektene de nye innflytternes ”travle” og karrierepregede hverdag ved tilbud om matleveranse på døren og ved barnehager som er integrert i boligprosjektene, i følge Gyrild. I Waldemars Hage, byggetrinn 1, inngikk konsulenter for beboerne, som kunne oppdatere kunstneriske innslag i boligene. (vedlegg 3, dokument nr. 1). På samme måte har også Louise under markedsføringen av et nytt boligprosjekt i Grünerløkkas randzone, fremhevet moderne estetiske uttrykk og treningsmuligheter, i en direkte kontrast til en ”brun ølkultur” som kjennetegner beboere i nærliggende omgivelser. Intensjonen har vært å gi prosjektet et mer sofistikert stilmessig uttrykk.

Oppsummerende kan det fastslås at eiendomsutviklerne i dagens boligmarked retter seg mot kjøpergrupper som kjennetegnes ved høyere økonomisk kapital enn beboerne i bruktboligmassen på Grünerløkka i dag og de som bodde og flyttet hit på 1990-tallet. Det kan da også sies at eiendomsutviklerne i *nykommer*-kategorien kan bygge opp under en forsterket gentrifisering i Grünerløkkas boligmarked. En sentral strategi i deres markedsføring av nybygg er riktignok å vektlegge en fysisk og symbolsk avstand fra Grünerløkkas sosiale miljø. Det kan ikke sies at disse eiendomsutviklerne bidrar til en direkte utskiftning av opprinnelige beboere, slik de klassiske definisjoner av gentrifisering illustrerer, fordi de for eksempel omgjør forlatte industribygg til leilighetskomplekser. Videre ved at de bygger nye boligprosjekter på eiendommer som i utgangspunktet har stått tomme. I tråd med Davidson og Lees (2005) omtale av gentrifisering ved nybygging (”new built gentrification”) kan det imidlertid sies at eiendomsutviklerne også bidrar til en forsterket gentrifisering på Grünerløkka på denne måten. En utbygging av nye boligprosjekter, som er tiltenkt beboere med høyere økonomisk kapital enn dem i nærliggende områder, kan bidra til at næringslivet og prisnivået i disse områdene orienteres mot mer kjøpesterke beboergrupper.

8.3 Funnenes verdi og relevans

I sine perspektiver på drivkrefter i by og stedsutviklingen fastslår Lefebvre (1991) og Hunt (2002) at aktører med definisjonsmakt i samfunnet kan legge føringer på et steds utvikling. Mer spesifikt at de bygger opp under visse diskurser om steders mening og funksjon. Hunt

(2002) betegner dette som stedsrepresentasjoner. Ved å bygge opp under visse stedsrepresentasjoner kan aktører med definisjonsmakt legitimere visse ideer om steds identitet og sosiale liv. Dersom de oppnår at steder oppfattes på en bestemt måte, for eksempel av beboere og brukere, kan de på denne måten påvirke stedenes videre utvikling. Dette kommer av at enkeltaktørers oppfattelse av steder også virker inn på deres praksis.

Med bakgrunn i slike perspektiver oppfatter jeg i så måte at eiendomsaktørene som har vært involvert i Grünerløkkas boligmarked også kan ha lagt noen føringer på stedets utvikling. For det første fremstilles stedet ved selektive representasjoner. Videre bygger eiendomsutviklerne nye boliger ut fra ideer om at visse beboergrupper passer bedre inn i Grünerløkkas boligmarked enn andre. Ved en fortolkning av deres markedsførings- og utbyggingsstrategier, på et tredje fortolkningsnivå (jamfør Alvesson & Sköldbørgs (1994) omtale av en trippel hermeneutikk) ser jeg i så måte en forbindelse mellom deres aktiviteter i boligmarkedet og en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka. Med andre ord mener jeg å ha avdekket at disse aktørene indirekte bygger opp under diskurser om stedet, ved en selektiv markedsføring og utbygging i boligmarkedet. Videre mener jeg, på grunnlag av dette, at eiendomsaktørene på denne måten har bygget og bygger opp under en påbegynt gentrifisering på Grünerløkka.

Ved et tilbakeblikk på funnene i denne masteroppgaven kan det sies at beboergrupper med lav kjøpekraft ikke ”passer inn” i eiendomsaktørenes bilder av Grünerløkka. Det er de ”ressurssvake” beboergruppene og beboergrupper med begrenset økonomi som blir taperne i denne sammenheng. De som ”ikke vasker seg”, ifølge Ove, og ”sofaraddissene”, ifølge Kjell, passer ikke lenger inn i bildet av dagens ”trendy” Grünerløkka. En fortrenkning av disse beboergruppene kan for det første tilskrives en økt etterspørsel og en generell prisøkning i boligmarkedet. I følge Christian er Grünerløkka et sted for ”de med penger”. Det er imidlertid tydelig at også eiendomsmeglerne og -utviklerne i tillegg bygger opp under bilder av stedet som tilsier at visse beboergrupper ”passer inn”, mens andre ikke ”passer inn” her. Boligprosjekter rettes mot kjøpergrupper med over gjennomsnittlig inntekt. Videre skapes noen symbolske grenser mellom nye innflyttere og opprinnelige beboere ved at markedsføringen og utbyggingskonseptene tilpasses nye innflytteres livsstilsmessige og estetiske preferanser. På denne måten kan det også sies at eiendomsaktørene bygger opp under en kulturell og stilmessig ekskludering, eller en ”symbolsk vold” (jamfør Bridge 2002 og Young m.fl. 2006), i boligmarkedet på Grünerløkka. Ved paralleller til Sæter og Ruud

(2005: 229) kan det fastslås at eiendomsmeglere og -utviklere, i likhet med offentlige aktører i byutviklingen, *inviterer* ressurssterke målgrupper inn i Grünerløkkas boligmarked. Det er da også implisitt i slike praksiser at andre ”ressurssvake” beboergrupper forskyves. I lys av dette får eiendomsaktørenes involvering i Grünerløkkas stedsutvikling et negativt skjær.

Det må presiseres at funnene i denne masteroppgaven er basert på et begrenset utvalg av informanter i en utvalgt kontekst. Det hevdes ingen generalisering av resultatene. Som jeg allerede har skissert ved redegjørelsen for et sosialkonstruktivistisk perspektiv, tenkes enhver kunnskap og innsikt å være et produkt av den spesifikke relasjonen mellom forsker og informant, og den spesifikke konteksten analysen er foretatt i. I kvalitative studier kan imidlertid overføringsverdien til en analyse vurderes ut fra dens relevans i andre sammenhenger (Thagaard 2003). Med andre ord vil funnenes relevans være basert på forsker og lesers vurdering av hvorvidt lignende studier kan eller bør foretas i andre kontekster. I så måte oppfatter jeg at funnene i denne masteroppgaven kan ha overføringsverdi på grunnlag av utspill som tilsier at eiendomsaktørene også omtaler gentrifiseringen som et ideal for eiendomsformidling og -utvikling i Grünerløkkas randsoner. I denne sammenheng kan det være naturlig å sitere eiendomsutvikler Eystein:

Det er det vi kaller ”copy-paste” da. Det er jo bedre å gjøre det samme enn å finne opp hjulet på nytt da. Det vi har gjort kopieres for eksempel på forskjellige måter av andre eiendomsutviklere i dag. De bruker på en måte vår form. Og de henvender seg til samme kjøpergruppe.

Intensjoner om å videreføre tidligere anvendte strategier, i forbindelse med boligformidling, går også igjen blant eiendomsmeglere i *nykommer*-kategorien. Eiendomsmeglerne forteller for eksempel at de forsøker å ”snakke inn” områder i Grünerløkkas randsoner, på samme måte som *gamle travere* ”snakket inn” stedet Grünerløkka på 1990-tallet. Som nevnt i kapittel 5 går det også frem at *gamle travere* anser Grünerløkkas utvikling som ”et eksempel til etterfølgelse” i andre områder i indre øst i dag. Stian og Kjell baserer seg i sin eiendomsmeglervirksomhet også på tydelige spådommer og visjoner for utviklingen i boligmarkedet i indre by som helhet. Dette underbygger de blant annet ved utspill om at ”hele indre Oslo vil være helt syl-strøkent om 20 år” (Stian) og ”Alt det som ligger innenfor og rundt ring to, altså indre Oslo, kommer til å bli de rikes lekegrind” (Kjell).

På grunnlag av funnene i denne masteroppgaven, og de overnevnte utspillene, bør bygeografer, andre samfunnsvitere og offentlige myndigheter rette blikket mot eiendomsmeglere og -utvikleres praksis i boligmarkedet i flere bydeler som kjennetegnes ved påbegynt gentrifying og i indre byområder generelt. Det kan tenkes at eiendomsaktørene, som ”sosiale portvoktere” i boligmarkedet (jamfør Knox og Pinch 2006), er i ferd med å bygge opp under en sosioøkonomisk utskifting av beboer- og brukergrupper her. Ikke minst bør blikket rettes mot eiendomsmeglere og -utvikleres praksis av hensyn til en allsidig befolkningsstruktur i byers boligmarked.

Kildeliste

- Aitken, Stuart C. (1997): "Analysis of texts: armchair theory and couch-potato geography". I: *Methods in Human Geography*. Robin Flowerdew & David Martin (red.). Harlow: Longman.
- Alvesson, Mats & Kaj Sköldbberg (1994): *Tolkning och reflektion. Vetenskalsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Bourdieu, Pierre (1986): "The forms of capital". I: *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. John G. Richardson (red.). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, Pierre (1995): *Distinksjonen*. Oslo: Pax Forlag.
- Bowitz, Einar & Jan Høegh (2005): "Bytransformasjon – mister kommunene grepet eller gir de det fra seg?". I: *Governance i norske storbyer. Mellom offentlig styring og privat initiativ*. Anne Lise Fimreite & Tor Medalen (red.). Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Brattbakk, Ingar & Evelyn Dyb (2001): *Byfornyelsen i Oslo 1998–2000: Evaluering av de nye virkemidlene*. Oslo: norsk byggeforskningsinstitutt. (Prosjektrapport 310)
- Bridge, Gary (2001): "Estate Agents as Interpreters of Economic and Cultural Capital: The Gentrification Premium in the Sydney Housing Market". I: *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 25, nr. 1, s. 87–101.
- Bull, Edvard (1962): *Grünerløkka*. Oslo: Selskabet for Oslo byes vel.
- Burr, Vivien (1995): *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Børrud, Elin (2005): "Hva skjer på Grünerløkka? Raske endringer og stabiliserende transformasjon". I: *By og byliv i endring*. Johnny Aspen (red.). Oslo: Scandinavian Academic Press/Spartacus Forlag.

- Clark, Eric & Anders Gullberg (1997): "Power struggles in the making and taking of rent gaps: The transformation of Stockholm City". I: *Cities in Transformation – Transformation in Cities. Social and Symbolic Change of Urban Space*. O. Källtorp, I. Elander, O. Ericsson, M. Franzén (red.). Aldershot: Ashgate.
- Clark, Eric (2005): "The order and simplicity of gentrification – a political challenge". I: *Gentrification in a Global Context. The new urban colonialism*. Rowland Atkinson & Gary Bridge. Abingdon: Routledge.
- Clay, Phillip L. (1979): *Neighborhood Renewal. Middle-Class Resettlement and Incumbent Upgrading in American Neighborhoods*. Lexington: Lexington Books.
- Coffey, Amanda & Paul Atkinson (1996): *Making Sense of Qualitative Data. Complementary Research Strategies*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Davidson og Lees (2005): "New-build 'gentrification' and London's riverside renaissance". I: *Environment and Planning A*, vol. 37, s. 1165–1190.
- Glass, Ruth (1964): "Introduction". I: *London. Aspects of Change*. Ruth Glass, E. J. Hobsbawm, Harold Pollins, W. Ashworth, J. H. Westergaard, William Holford, Margot Jefferys, John A. Jackson, Sheila Patterson (red.). London: MacGibbon & Kee.
- Graham, Elspeth (1997): "Philosophies underlying human geography research". I: *Methods in Human Geography*. Robin Flowerdew & David Martin (red.). Harlow: Longman.
- Hackworth, Jason (2002): "Postrecession Gentrification in New York City". I: *Urban Affairs Review*, vol. 37, nr. 6, s. 815–843.
- Hamnett, Chris (1991): "The Blind Men and the Elephant: The Explanation of Gentrification". I: *Transactions of the Institute of British Geographers*, New Series, vol. 16, nr. 2, s. 173–189.
- Harvey, David (1989): "From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism". *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, vol. 71, nr. 1, s. 3–17.

-
- Hunt, Darnell M. (2002): "Representing "Los Angeles": Media, Space, and Place". I: *From Chicago to L.A.* Thousand Oaks: Sage Publications.
- Isdahl, Bård (2004): *I hodet på utbyggerne. Samtaler med ni utbyggere av byboliger*. Oslo: Husbanken og Norsk Form. (Bolig urban rapport 5)
- Jager, Michael (1986): "Class definition and the esthetics of gentrification: Victoriana in Melbourne". I: *Gentrification of the City*. Neil Smith & Peter Williams (red.). Boston: Allen & Unwin.
- Kjeldstadli, Knut (1990): *Oslo bys historie Bind 4. Den delte byen*. Oslo: Cappelen.
- Kjedstadli, Knut (1996): "Den delte byen. Sosiografiens historie i Oslo. I: *Plan. Tidsskrift for samfunnsplanlegging, byplan og regional utvikling*, nr. 3, s. 5–12.
- Kvale, Steinar (1997): *Den kvalitative forskningsintervju*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Lees, Loretta (2000): "A reappraisal of gentrification: towards a "geography of gentrification". I: *Progress in Human Geography*, vol 24 nr 3, s 389-408
- Lees, Loretta, Tom Slater & Elvin Wyly (2008): *Gentrification*. New York: Routledge.
- Lefebvre, Henri (1991): *The Production of Space*. Malden: Blackwell Publishing.
- Ley, David (1996): *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*. Oxford: Oxford University Press.
- Myhre, Jan Eivind (1990): *Oslo bys historie Bind 3. Hovedstaden Christiania*. Oslo: Cappelen.
- Oslo byleksikon*: "Grünerløkka". Oslo: Kunnskapsforlaget, 2000.
- Shields, Rob (1999): *Lefebvre, love, and struggle: spatial dialectics*. London: Routledge.
- Simonsen, Kirsten (1993): *Byteori og hverdagspraksis*. København: Akademisk forlag

- Smith, Neil (1979): "Towards a Theory of Gentrification. A Back to the City Movement by Capital, not People". I: *Journal of the American Planning Association*, vol. 45, nr. 4, s. 538–548.
- Smith, Neil (2002): "New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy". I: *Antipode*, vol. 34, nr. 3, 427–450.
- Sæter, Oddrun & Marit Ekne Ruud (2005): *Byen som symbolsk rom. Bypolitikk, stedsdiskurser og gentrifikisering i Gamle Oslo*. Oslo: Norsk byggforskningsinstitutt.
- Thagaard, Tove (2002): *Systematikk og innlevelse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Tilstandsbeskrivelse for boligområder i indre by*. Oslo: Oslo byplankontor, 1978. (Rapport 3)
- Wessel, Terje (1983): "Byfornyelse i indre Oslo. Fordelingsvirkninger og befolkningsmessige endringer". Hovedoppgave i geografi, Universitetet i Bergen.
- Williams, Peter (1976): "The role of institutions in the inner London housing market: The case of Islington." *Transactions of the institute of British Geographers 1*: 72-82
- Young m.fl (2006) "Living with difference? The "cosmopolitan city" and urban reimagining in Manchester, UK." *Urban studies*. Vol 43, No. 10. s. 1687–1714
- Zukin, Sharon (1989): *Loft Living. Culture and Capital in Urban Change*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Zukin, Sharon (1991): *Landscapes of Power*. Berkeley: University of California Press.
- Zukin, Sharon (1995): *The Cultures of Cities*. Malden: Blackwell Publishing.

VEDLEGG 1: INTERVJUGUIDE

1. Bakgrunnsinformasjon

- Spørsmål om stillingsbeskrivelse, arbeidsoppgaver, utdannelse, fatstid i Grünerløkka's boligmarked og avklaring mht anonymitet.

2. Om endringer i Grünerløkka's stedsutvikling og boligmarked (legger opp til fortellinger om stedsutviklingen over tid)

- Oppfatter du at Grünerløkka har gjennomgått distinkte endringsprosesser? Hvordan?
- Hva kjennetegner disse endringsprosessene?
- Hvorfor tror du Grünerløkka har gjennomgått endringsprosesser?
- Er det noen deler av stedets utvikling, eller noen endringer over tid, som du vil beskrive som spesielt positive eller negative?
- Eksisterer noen spesielle fordeler eller ulemper ved salg og utvikling av boliger på Grünerløkka i dag? Er dette knyttet til stedets utvikling?

3. Strategier og virkemidler i boligmarkedet

- Markedsfører/ markedsførte du at det foregår/ har foregått en utvikling i området når du/ dere var involvert her? Evnt hvorfor/ hvorfor ikke? Hvilken type utvikling eventuelt?
- Vektlegges noen distinkte markedsføringsstrategier og utbyggingskonsepter i dagens boligmarked på Grünerløkka?
- Har du inntrykk av at salgsargumenter og markedsføring, ved boligsalg på Grünerløkka, har endret seg over tid? Eventuelt hvorfor tror du dette har skjedd?
- Har andre salgsargumenter eller utbyggingskonsepter vært mer aktuelle i tidligere faser?
- Fremheves distinkte trekk ved boligmassen på Grünerløkka? Hvilke? Har dette endret seg over tid?
- Fremheves visse trekk ved det sosiale eller kulturelle miljøet her? Er disse trekkene/ salgsargumentene særegne for Grünerløkka?
- Tror du kulturelle eller livsstilsmessige trender kan maksimere salgsprisen på boliger på Grünerløkka? Hvilke?
- Spiller du/ dere bevisst på kjøpers mulighet for å realisere en livsstil ved kjøp av på Grünerløkka? Eventuelt hvordan og hvorfor?

4. Målgrupper

- Eksisterer noen definerte/ spesielt ønskede målgrupper når du skal selge en bolig på Grünerløkka i dag? Hva er eventuelt din/ deres strategi for å treffe disse målgruppene?
- Har du/ dere innrettet deg/ dere mot andre kjøpergrupper i tidligere faser?
- Er det noen kjøpergrupper som passer spesielt godt inn på Grünerløkka i dag?
- Er det noen kjøpergrupper det ikke faller seg naturlig å drive markedsføring mot, når du/ dere skal selge/ utvikle boliger på Grünerløkka? Eventuelt hvilke kjøpergrupper, og hvorfor?
- Preges boligutbyggingen av ideer om målgruppers estetiske og livstilsmessige preferanser?
- Har du/dere innrettet deg/dere mot nye målgrupper på Grünerløkka i senere tid?

5. Forventninger knyttet til videre stedsutvikling på Grünerløkka (dersom dette ikke er nevnt i forbindelse med første del av intervjuet)

- Opplever du at du som megler/ eiendomsutvikler har bidratt til å påvirke stedsutviklingen og den økende attraktiviteten i området? Evnt hvorfor og hvordan?
- Er stedetsutviklingen som har foregått spesiell for Grünerløkka eller ser du også lignende utviklingstrekk andre steder? Hvordan igangsettes prosesser som gjør et sted økende attraktivt i boligmarkedet?
- Hvordan tror du Grünerløkka og boligmarkedet her vil utvikle seg videre?
- Tror du prisnivået vil/ kan øke ytterligere?
- Hva bør helst ikke skje for at området skal fortsette å fremstå som attraktivt?

VEDLEGG 2: INFORMASJONSSKRIV TIL INFORMANTER

Kunne du tenke deg å delta i et intervju i forbindelse med min masteroppgave i samfunnsgeografi?

Jeg heter Ida Andreassen, og er nå i gang med siste året av min mastergrad i samfunnsgeografi. I denne forbindelse skriver jeg en avsluttende masteroppgave om stedsutviklingen på Grünerløkka. Mer spesifikt undersøker jeg eiendomsaktørers kjennskap til- og involvering i boligmarkedet over tid. Med grunnlag i dette er jeg interessert i å intervju deg.

Når det gjelder selve intervjuet, antas dette å ta en time. I den avsatte tiden legger diskuterer vi Grünerløkkas stedsutvikling over tid og spesielle kjennetegn ved stedets boligmarked i dag. Videre er jeg interessert i å høre hvordan eiendomsaktører har resonert på gradvise endringer over tid, hvilke trekk ved stedet og boligmarkedet som vektlegges i markedsføring og eiendomsutvikling, og hvordan du/ dere vurderer den videre utviklingen i området.

Når det gjelder videreformidlingen av dine bidrag, har jeg forpliktet meg til regler for anonymitet i henhold til krav fra Norsk Samfunnsvitenskaplig Datatjeneste (NSD). All informasjon du bidrar med vil anonymiseres i oppgaven min og jeg er selv underlagt taushetsplikt som forsker. Hverken navn, firmanavn eller andre personentydige kjennetegn vil bli oppgitt i oppgaven. Notater og eventuelt lydopptak, vil også bli makulert når forskningsarbeidet avsluttes.

Du velger selv om du ønsker å delta i undersøkelsen. Du har også lov til å avbryte intervjuet eller avstå fra å svare på spørsmål underveis. Jeg mener imidlertid at du kan bidra med mye nytting og interessant informasjon, og håper derfor at du har lyst til å møte meg for intervju. Dersom du er interessert i dette kan vi avtale intervju over telefon eller per e- post. Jeg er fleksibel med tanke på tidspunkt for intervju, men foretrekker om det kunne gjennomføres før august 2008 (av hensyn til fremdriften i masteroppgaven).

Dersom du har noen spørsmål angående undersøkelsen kan du ringe meg eller sende meg en e- post. Spørsmål kan også rettes til min veileder, professor Terje Wessel, ved institutt for sosiologi og samfunnsgeografi.

Med vennlig hilsen

Ida Andreassen

VEDLEGG 3: SUPPLERENDE ANALYSEMATERIALEStrategiske dokumenter tilknyttet utviklingen av Waldemarshage, byggetrinn 1 og 2

Dokument Nr. 1: Waldemars Hage (Sydkvartalet- byggetrinn en). “Den konseptuelle plattform”.

Dokument Nr. 2: Veien videre for Waldemars Hage. Oppsummering av strategiprosess for Byggholts utvikling av norkvartalet.

Dokument Nr. 3: Waldemars Hage (Norkvartalet- byggetrinn to). Målgrupper, produkt og kommunikasjons. Workshop, Leangkollen, 7/12-05

Dokument Nr. 4: Waldemars hage (nordkvartalet- byggetrinn to). Karl Fredrik Tangen. Sosioraster/OMH. 7.12.2005.

Observasjoner

Observasjon Nr. 1: Notater fra observasjon på boligvisning i bruktbolig, og samtaler underveis med Rolv. Juli 2008.

Observasjon Nr. 2: Notater fra observasjon på boligvisning i bruktbolig, og samtaler underveis med Rolv. Juli 2008

Observasjon Nr 3: Notater fra observasjon på boligvisning i bruktbolig, og samtaler underveis med Christian. Juli 2008

Observasjon Nr 4: Notater fra observasjon på boligvisning i nytt boligprosjekt, og samtaler underveis med Gyrild. August 2008